温州民间市场考察



何荣飞



温州民间市场考察

何　荣　飞



人民出版社

目　　录

第　一　章

大发展、大变化、新格局

温州素称“东瓯名镇”，是个历史悠久的古城。东晋明帝太宁元年设立永嘉郡，相传建城时有白鹿衔花之瑞，故又名“鹿城”。唐高宗上元元年，改名温州。

温州地处我国东南沿海、浙江省的东南部，与福建省交界。全市总面积1.1784万平方公里。其中市区面积187平方公里，农村面积1.1597万平方公里。在农村面积中，山区占78.2%，平原占17.5%，海岛占1.5%，江河水面占2.8%，通称“七山一水二分田”。有宜林山地1000万亩，耕地284万亩。人均耕地0.45亩。东部海岸线长355公里，港湾众多，岛屿棋布。全市属亚热带海洋性气候，是农林牧渔综合性的农业经济区域。

温州市是我国沿海14个进一步对外开放的港口城市之一。温州市实行市管县的体制，全市辖一市（瑞安市）、八县（乐清、瓯海、永嘉、平阳、苍南、泰顺、文城、洞头县）、两区（鹿城、龙湾区）。1986年底全市人口为636万，其中市区人口53万。

由于温州地处国防前线，长期限制它发展，国家投资很少，工业基础十分薄弱。加上交通不便，人多地少，因而温州城乡经济长期处于落后状态，特别是从1958年至1977年间

的温州农村经济，完全可以说是萎缩性的自然经济。农业生产力发展极其缓慢，劳动生产率极其低下，人均年产值不过二、三百元；农业结构单一，劳动力长期固守在一块狭小的土地上，从事种植业生产；农村工业微乎其微，还不断遭受摧残；农产品商品率接近于零，用农民自己的话说，就是："养牛为耕田，养猪为过年，养鸡下蛋换油盐"；农民收入极低，部分农民不得温饱。到1977年，全市农村人均收入只有55元。当时温州农村流传着的三句话："文城人贩(即卖儿卖女)，平阳讨饭，洞头靠贷款吃饭"就是对这种贫困状况的生动写照。

然而，1978年党的十一届三中全会以后，温州城乡发生了巨大的变化。这个变化首先是从农村开始的，变化最显著的也是农村。温州农村率先开始了社会主义商品经济的实践。

家庭联产承包责任制启动了农民致富的欲望。但温州农民从实践中体会到，要想实现这个愿望，仅仅依靠耕地经营是远远不够的，必须大力发展农村的商品经济。长期以来，农民饱受自然经济和工农业产品不等价交换之苦，早有摆脱它的意愿。党的十一届三中全会以后，温州农民发展商品经济的热情就象火山一样爆发出来。成千上万的农民摆脱了自然经济的束缚，投入到商品经济的洪流中来，使温州农村进入了商品经济大发展的阶段。商品经济发展的标志主要是以下三个方面：

一、农村经济的商品率得到大幅度提高。

据1986年统计，全市农村有乡镇企业10900个，家庭企业共14万个，产值共计20.7亿元。其产品都是为出卖而生产的，商品率高达百分之百。1986年，全市农村社会总产值49.32亿元，农业总产值为16.86亿元，占社会总产值的34%。而工业、

建筑业、运输业、商业、饮食业的产值占66%。在16.86亿元的农业总产值中，商品性生产的副业产值为6.73亿元，纯农业产值仅为10.13亿元。即使在种养业内部，由于开发性农业的发展，商品生产也得到迅速发展。全市水果发展到54万亩，对虾养殖发展到2.2万亩。这些产品都是作为商品出售的。粮食专业大户的形成，一批家庭小农场的出现，也把这些农户粮食的商品率由原来的20%左右提高到80%。现在，在温州农村，除了一部分粮食还作为口粮而保留自给自足的形式（从这个意义说，粮食还没有成为完全意义的商品），其余的产品和劳务都已商品化了。

二、社会分工得到广泛发展，生产实现了专业化。

在自给自足的自然经济条件下，存在着由性别、年龄、血缘关系维系的家庭内部的自然分工。这种自然分工在今天的温州农村并没有完全消失。例如，某些家庭工厂由父母主持，儿女帮工；某些个体经商户，丈夫跑采购，妻子坐摊售货。但这种自然分工的存在范围已大大缩小。与此同时，与商品经济相联系的社会分工得到了广泛发展。

其一，存在各类产业之间和产业内部的分工。从大的层次来分，存在着第一、第二、第三产业之间的分工。在每一产业内部，又存在着具体行业的分工。如在第一产业内部，存在着农、林、牧、副、渔的分工，存在着种、养业之间的分工。在种植业内部，有专门种粮、种菜、种水果之分。在养殖业内部，有专门养禽、养畜、养殖对虾之分，等等。在第二产业内部，有不同产品门类的分工。在第三产业内部，有从事运输、商业、饮食业、金融、信息、邮电、服务等行业的分工。

随着农村商品生产的专业化、社会化程度的提高，按国家统一标准计算，全市涌现出了近11万个专业户；在专业户基础上形成了385个专业村，专业村“一村一品，一品多营”；在专业村基础上形成了81个产值在1千万元以上的专业乡；在专业乡基础上形成了成交额和产值在1亿元以上的十大产销基地。

其二，存在于直接生产过程中的工序分工和生产中的区域分工。关于直接生产过程中的工序分工，如苍南县宜山区的再生腈纶纺织品生产，分成挑拣、弹花、纺纱、编织、裁剪、缝纫、漂染、印花、拷边等十几道工序。瑞安县仙降乡的塑革鞋生产，也分成设计、刻模、画帮、裁剪、拼花、烫花、缝帮、缝底、拷扣、压模、注塑、修剪等一、二十道工序。一家一户只生产其中的一道工序。

关于生产中的区域分工。这里有两种情况。一种情况是：每个区域根据自己的优势生产某项产品，与另一个区域协作配套。如瑞安县的莘民乡、汀田乡将废旧塑料粉碎造粒，为苍南县的湖前、平阳县的肖江塑料编织袋生产提供原料。瑞安县塘下区生产塑料拉丝机械，为瑞安、平阳、苍南一带生产塑料拉丝的工厂提供设备。另一种情况是：在一个产销基地内部，各个小区域生产不同的零配件，然后集中于一地进行组装。如乐清县柳市区的低压电器产品生产，零配件生产分散到各乡。翁垟乡以生产矿灯配件为主，茗东乡以生产电器配件为主，湖头乡以生产胶木配件为主，柳市镇则以产品组装为主。

其三，流通领域中的分工。温州农村14万农民购销员，不仅有地域方面的分工，还有业务上的分工。有的专门跑采

购，有的专门推销商品。无论是跑采购还是推销商品，又按原材料或商品的种类、性能实行更具体的分工。在商品市场上，除了有农民购销员专门外出以外，还有专门坐摊出售商品的人员。如桥头纽扣市场，专门外出采购的有二千多人；摊位一千多，坐商一千多人；推销员八千多人。

以上所述的社会分工，是在商品经济发展过程中，在经济规律的作用下，自然而然形成的分工。社会分工的存在和发展，是商品经济存在和发展的前提和表现。温州农村社会分工日益广泛和细密，标志着农村的商品经济已有相当程度的发展。

三、市场空前活跃，市场机制主导了温州农村商品经济的运行。

商品市场的空前活跃是温州农村商品经济发展的又一个重要标志。温州农村的市场数量多，规模大，布点广，遍布城乡各个角落，并形成了较为完整的市场体系。正是有了这样一批市场，把温州各县、区、乡、村之间的经济活动联系起来，把温州农村与全国各地联系起来，打破了自然经济造成的封闭的格局，横向经济联合得到了广泛而迅速的发展。特别是生产要素市场的建立，使温州农村商品经济发展能及时获得所需要的各种生产要素和各种服务，反映了温州农村的商品经济向纵深方向发展。

温州农村市场体系的形成和发展，使市场机制的作用得到了较为充分的发挥，并主导了温州农村商品经济的运行。在各类市场，商品价格十分灵活，能及时地、准确地反映价值规律和供求规律的要求，使价格真正成为价值的表现，成为调节商品供求的指示器。流通已从与生产合一的状态中分

离出来，成为一个独立的环节，人们销售自己的产品，不再是由生产者自己销售，而是通过市场或由活跃在流通领域中的专门的购销队伍销售。人们的交换活动，不再是为了取得一种使用价值，为买而卖，而是为了取得价值，为了赚钱。交换还成了在大范围内实现各种生产要素的流动和组合的机制，成为保证商品再生产过程不断进行的条件。这些都标志着温州农村的商品经济已经上到了一个新的水平。

温州农村商品经济的发展，推动整个社会、经济结构发生了深刻的变化。特别是所有制结构的变化和生产力的发展最为显著。这些变化主要有：

一、在生产资料所有制结构方面，形成了以公有制为主导，多种经济成份并存的局面。目前有国营经济、集体经济、个体经济和私人经济等。全市农村有14万个家庭工业、上万个私人企业。在个体企业的基础上形成了一批联户企业和股份企业。在多种经济成份中，国营工业占工业总产值的17%，集体工业占48%，个体（包括私营）工业占34%。可以说个体经济是三分天下有其一。但国营和集体工业产值的总和已占工业总产值的65%左右，公有制经济的主导地位仍然得到维持。

多种经济成份并存是适应温州农村生产力状况的。温州农村一市、八县的生产力状况，明显具有社会主义初级阶段的低水平、多层次、不平衡的特点。适应这种生产力特点，只有多种经济成份一起上，调动多方面的积极性，才能使商品经济尽快地发展起来，并取得较好的经济效益。个体经济、私人经济的发展，一为国家增加了税收，二为集体提供了积累，三使剩余劳动力得到安置，四使农民增加了收入，于国、

于民都有利。

二、在分配方面，形成了以按劳分配为主，按劳分配与非按劳分配同时并存的局面。

毫无疑问，在温州，国营和集体所有制单位或企业，仍然实行按劳分配原则。与公有制经济在温州仍然占主导地位相联系，按劳分配方式也必然占主导地位。但非按劳分配因素出现了，并有逐渐增大的趋势。非按劳分配又有多种形式。有“按资分配”，如资金入股，收取股息红利；民间借贷收取较高利息。此外，温州的家庭工业、个体经济可以说大多是视经营成果好坏进行分配。经营成果的好坏，既有劳动的因素，更要看经营者信息是否灵通，敢不敢冒风险，决策能力如何。这种方法有利于培养人们的商品经济意识，提高人们发展商品经济的能力。非按劳分配因素中有合理的成份，也有不合理的成份。例如，在价格扭曲的情况下，很多农民供销员利用商品地区差价而暴富起来，但是，必须看到，不合理的成份往往与合理的成份交错在一起。农民购销员既有通过商品地区差价暴富起来的一面，又有搞活流通、促进商品经济发展的一面。如果仅仅看到农民购销员消极的一面而简单地加以禁止，势必扼杀商品经济的发展，造成对生产力的破坏。还应看到，不合理的成份是由于我国商品经济很不发达，由于经济体制没有得到彻底改革的结果。随着商品经济的发展，特别是随着经济体制改革的深入和发展，不合理的成份将得到有效的限制并逐步消失。

三、生产力得到空前的发展，工农业总产值大幅度上升。

解放以来，温州城乡经济的发展状况可分为三个阶段：

从1949—1957 年是第一阶段。在这个阶段，温州城乡

经济得到恢复和发展，工农业总产值稳定增长。全市工农业总产值1949年为18817万元，1957年为50305万元，平均每年递增13.08%。其中，工业总产值1949年为5506万元，1957年为21803万元，平均每年递增18.77%。农业总产值1949年为13311万元，1957年为28502万元，平均每年递增9.98%。

从1958—1977年为第二阶段。这段期间由于受极左路线的影响，加上"文化革命"十年浩劫，使温州经济长期停滞不前。1958年全市工农业总产值为58088万元，1977年为96767万元，平均每年递增2.72%。其中工业总产值1958年为31024万元，1977年为38887万元，平均每年递增1.2%。农业总产值1958年为27064万元，1977年为57880万元，平均每年递增4%。特别是1966—1976年十年浩劫期间，温州市工业平均每年递增率只有0.1%。

十一届三中全会以后为第三阶段。全市工农业总产值1978年为18亿8089万元，1986年为65亿零710万元，平均每年递增16.78%。其中工业总产值1978年为10亿9842万元，1986年为48亿2061万元，每年递增20.31%。农业总产值1978年为7亿8247万元，1986年为16亿8649万元，平均每年递增10.08%。以上数据表明，无论是从绝对额还是从增长幅度来看，十一届三中全会以来的温州经济，是建国以来发展最快的一段时期。

四、农村产业结构得到调整，大批农村劳动力从耕地经营中转移出来。

1978年以来，温州农村第二、三产业得到了迅速发展，农村经济突破了长期以来以种植为主的"主农型"的产业结构。1978—1985年，在温州农村产值中，种植业比例由

64.4%下降为25.3%，工副业比例由17.4%上升为65.3%。

伴随着产业结构的调整，大批劳动力从耕地经营中转移出来，农村劳动力结构发生了显著的变化。1978年温州农村有180万劳动力。其中从事农业生产的有160万，占88.8%。从事工副业的只有20万，占11.2%。1986年全市农村有劳动力267万，其中从事农业的劳动力124万，占46%，从事工副业的劳动力有133万，占54%。在这133万人当中，从事家庭工业的有40万人；从事为家庭工业服务的运输、邮电、商业、服务业、金融、信息等第三产业的有20万人；农民购销员14万人；劳务输出30万人。现在，温州城乡剩余劳动力的问题已经基本解决。在乐清、瓯海、瑞安、苍南等沿海县，劳动力已由过剩而变为不足。特别是十大产销基地，劳动力供不应求，劳务工资大幅度上升。

温州是人多地少的地方，农村劳均耕地只有1.4亩。如果按每个农业劳动力耕种3亩地计算，只要95万劳动力就够了。大量剩余劳动力的存在，不仅是造成农村劳动生产率低下、农民贫困的重要原因，而且也影响社会的安定。党的十一届三中全会以后，温州农民不靠国家投资，自力更生办起了家庭工业，并带动了第三产业的发展，从而使百万劳动力转移出来。这不仅解放了劳动力——这个生产力中最重要的因素，提高了农村劳动生产率，而且为城乡社会的安定、精神文明建设奠定了物质基础。对全国其它地区解决劳动力的转移提供了一条可以借鉴的途径。

五、国家财政收入、集体积累均有了大幅度的提高。

1958—1977年，温州市的财政收入每况愈下，1958年全市财政收入1亿零682万，1977年为8116万，下降了24%，平

均每年下降1.44%。从1978年以后，财政收入大幅度增长。全市财政收入1978年为1亿3799万，1986年上升为5亿零328万，平均每年递增17.56%。财政收入的增长速度快于工农业总产值的增长速度（16.78%）。可见，十一届三中全会以后，在温州，不仅经济上得到较快发展，也为国家做出了贡献。税收是国家财政收入的主要来源。1986年在全部税收中，农村税收占47.6%，城乡个体工商业的税收占37.5%，仅十大产销基地创税收就有8000多万。苍南县的金乡、宜山、钱库三个产销基地的税收占全县税收的70%。乐清县柳市低压电器产销基地创造的税收占乐清全县税收的60%。可见，农村商品经济的发展是温州市财政收入增长的重要原因。

农村商品经济的发展，使集体积累也有了增长。乡镇企业、家庭工业、专业市场都为集体提供了一定比例的积累，用于兴办学校、图书馆、敬老院等公益事业。

六、农民生活得到迅速改善，部分农民先富起来了。

农村商品经济的发展，使农民的生活得到迅速提高。1977年农民人均收入为55元，1986年增长到508元，增长了八倍。全市128.8万个农户中，现在有40多万个农户，约占全市1/3的农民先富裕起来了。这些农户户均年收入4000元左右，人均年收入800元左右。特别是在家庭工业、专业市场集中的地方，人均收入更高。十大市场所在地人均年收入达到2000元以上。乐清县柳市镇有6459户，年收入在万元以上有1200多户，3万元以上有300来户，5万元以上有[illegible]0来户。

近几年来，由于平原地区的家庭工业向山区、半山区转移，带动了山区、半山区商品经济的发展，使这些地区的贫困面貌有了较快的改观。1986年全市扶贫7.6万户，到年底脱

贫2.5万户，占扶贫户32.9%。其中有1600户开始富裕起来，占扶贫户的2.1%。人均收入150元以下的贫困乡，1985年有168个，1986年只有73个。人均收入100元以下的赤贫乡，1985年有31个，1986年不复存在。

七、农村集镇迅速崛起，进一步促进了农村商品经济的发展。

随着农村商品经济的发展，越来越多的农民要求以集镇为基地，开店办厂，这在客观上提出了加快集镇建设的要求；商品经济的发展，也为集镇建设提供了资金。集镇的勃兴是农村商品经济发展的必然结果。1983年全市农村只有23个建制镇，1986年发展到87个，1987年发展到90个。据1986年对87个建制镇的调查，1979 年 至 1985 年，全市集镇共建设住房1029万平方米。建设道路416万平方米，自来水厂84个，中小学154所，影剧院82座，文化馆92个，医院76座，还建有码头、变电所、电视差转台等。总投资14.9亿元，其中农民群众集资11.84亿，占79.46%。苍南县龙港镇由群众集资1.3亿元，仅在两年不到的时间内就建成一座现代化的农民城。在沿海五县，小集镇星罗棋布，形成了群体网络。

农村集镇的崛起，反过来，又吸引了农村工业和商品市场向集镇集中，使集镇成为商品经济发展的基地。1986年，全市87个建制镇中有镇办、村办企业8623个，占全市乡村工业企业总数的71.4%；工业产值6.9亿元，占全市乡村工业企业产值的45.3%；建制镇上共有私人企业（指雇工8人以上、资产1万元以上的企业）7330个，占全市私人企业总数的70%。有家庭工厂47907家，占全市家庭工厂总数的32.7%。建制镇上的工业产值为10.87亿元，占全市农村工业产值的

65.5%。集镇上的企业，一般规模较大，技术构成较高，产品质量较好，是农村工业中较高层次的企业。1986年，建制镇上还有各种市场（生产资料市场、技术市场、金融市场、信息市场和劳务市场等）280个，占全市市场总数的60%。集镇上的社会商品零售总额14.4亿元，占全市社会商品零售总额的56.3%。全市农村87个建制镇集中了全市农村25.6%的人口，65.5%的工业产值，和56.3%的农村税收。可见，集镇是温州农村商品经济的命脉所在。集镇上商品经济发展起来以后，又形成一种冲击波，向附近农村辐射，逐步带动整个农村商品经济的发展。因而，集镇又成为农村商品经济的辐射源。

八、人们的观念发生了显著的变化，强化了商品经济意识。

长期以来，温州农村被自给自足的自然经济统治着。“养牛为耕田，养猪为过年，养鸡生蛋换油盐”就是对这种自然经济的生动概括。生活在自然经济模式中的农民，衣不求好，但求遮体；食不求精，但求果腹。生活节奏也是慢腾腾的。农民一天的劳作和生活方式是“早晨看日头，白天站田头，晚上坐桥头（说闲话）”。村落之间、家庭之间、个人之间则是“鸡犬之声相闻，老死不相往来”。商品经济的发展引起了人们工作方式、生活方式和观念的巨大转变。过去手拿锄头的农民，开始树立了价值观念、市场观念、信息观念、时效观念和竞争观念。人们的生活节奏加快了，街上游游荡荡的人不见了。坐桥头说空话的人没有了。两位行人相撞，也只是相互抱歉地一笑，没有时间吵架了。人们行色匆匆，全神贯注地学文化、学技术、搞信息，投身于商品生产或商品流通。

那种安贫乐道、不求进取的精神状态被商品经济的洪流冲走了，代之而起的是敢于冒险、乐于竞争，勇于在商品经济的海洋中搏浪前进的新的精神风貌。

温州农村商品经济的发展，与全国其它地区相比，具有一定的“超前性”，并有自己鲜明的特色。温州人民根据本地区的实际，走出了一条适合本地实情的发展商品经济的新路子，形成了独特的商品经济的新格局。这种新格局有两个显著的特征。

第一个特征是，以家庭经营方式为基础，实行双层经营管理体制。同时，允许和鼓励多种经营方式并存。

温州农村商品生产是以家庭经营方式为基础的。这是由温州特定的经济条件决定的。温州农村人均只有四分五厘土地，劳动力必需转移出来。但是，城市中工业基础薄弱，特别是全民企业数量少、规模小、基础差，就业容量小，吸收城市中的剩余劳动力尚且有很大困难，更谈不上吸收农村剩余劳动力了。温州农村原有的集体经济力量也很弱，发展集体的乡镇企业遇到了资金、厂房、征地等方面的困难，不可能发展得很快。在这种情况下，温州农民不得不自力更生，依靠自己家庭的力量，把农业生产上家庭联产承包责任制的经验运用来发展一家一户的家庭工业。

1986年，全市农村有家庭工业14万户，从业人员40万人，产值达12.17亿元，1987年产值18.96亿元。但是，由于家庭工业没有银行的帐号及其它有关证件，因而外出联系业务遇到了很大的困难。为了解决这些困难，绝大多数家庭工厂要挂靠在集体的乡镇企业（或工业供销公司）上，用集体企业在银行的帐号和发票，以及其它证件，外出从事购销业务，

并向承挂的企业上交管理费。从而形成了以家庭经营为基础的、双层经营管理体制。

温州农村的家庭工业有如下几个特点：

一、家庭工业使用的原料多数（不是全部）是废旧物资。例如，金乡徽章生产用的是废铝片、边角料；宜山腈纶衣裤用的是再生腈纶；塘下、仙降塑料鞋生产用的是废旧塑料。以废旧物资为原料，一是避免了与大工业争原料，使家庭工业能获得充足的"食粮"；二是有利于降低成本，使产品能以"价廉"的优势打开销路；三是，从全社会角度看问题，这些废旧物资得到充分利用，增加了社会财富。

二、家庭工业的产品，一般都是小商品，如钮扣、徽章、卡片、塑料鞋、腈纶衣裤，等等。生产小商品，技术简单易行，适宜一家一户分散经营；在商品市场上能拾遗补缺；且产量多，销售快，往往能取得大商品生产所得不到的经济效益以小见大，积小成大，以小取胜，是温州农村商品经济有特色的经营之道。

三、家庭工业的生产手段呈多层次性。既有手工生产，也有半机械化和机械化生产。但手工生产和半机械化生产占大多数，这说明家庭工业的技术构成低，还处于发展的初级阶段。

四、家庭工业的多数行业是劳动密集型行业。它适应了温州农村人多地少的特点，能充分吸收农村的剩余劳动力，因而得到了普遍发展。

家庭工业的发展还带动了家庭商业、服务业、运输、旅游、邮电、信息、金融等第三产业的发展。现在温州农村从事第三产业的有20万人。第三产业是适应家庭工业发展的需

要而产生的，并为家庭工业服务。

家庭经营虽然有经营灵活、利益直接等优势，但也有财力有限、规模狭小等缺陷。于是，在家庭经营的基础上演变出了多种经营方式，出现了多种经营方式并存的局面。这些经营方式是：

一、联户经营。这种经营方式是几户家庭以劳力和资金实行的简单联合。这类企业的财产仍为各个家庭所有，但由合伙人共同使用和管理。实行共同劳动、共同经营、利益分享。联合的对象一般都是亲朋好友。目前全市农村联户企业有3万多家。相对家庭工业来说，联户企业实力较雄厚，但它有较强的短视性和近利化倾向，是一种不稳定的经营组织形式。

二、雇工经营。雇工经营是温州农村工业普遍采用的经营方式。无论是家庭企业还是私营企业都有雇工。雇工7人及7人以下者为家庭企业；雇工8人及8人以上者为私营企业。目前全市有私营企业1万多个。私人雇工企业规模较大，资金较多，实力比家庭企业雄厚。而且，私人企业的经营管理都是由有经营能力的企业家担任。因而，经济效益普遍高于家庭企业。

三、股份经营。股份经营企业是不同的所有者以资金或土地入股而组织起来的企业。通过这种组织形式既能较快地筹集到资金，又增强了企业的内部凝聚力。股份经营是温州农村工业向更高阶段发展的主要经营方式。目前全市已有股份企业1.54万个。

第二个特征是，通过建立民间市场和农民购销队伍搞活流通。温州地区虽然有能商善贾的传统，但由于长期受左的路线的影响，也同全国其他地区一样，流通成为突出的薄弱

环节。在家庭工业发展的初期，曾经多次发生过因流通渠道不畅，产品卖不出去，被迫停机停产的事件。温州人民从沉痛的事实中认识到，“千家万户搞生产，单一渠道搞流通”的局面不改变，农村的商品经济就无法发展起来。千家万户搞生产，也需要千家万户搞流通。流通领域同生产领域一样，也需要国营、集体、个体三者一起上。于是，成千上万的农民大胆地闯入了流通领域，组成了农民购销员队伍。这支队伍象滚雪球一样地发展，由少到多，由弱到强。今天，终于成为一支有14万人组成的活跃在流通领域内的骨干力量。在农民购销员的带动下，农民集资、单位投资兴建了一批民间市场，这对搞活流通起到了决定性的作用。

总之，从搞活流通入手，以商促工，以流通促进生产，这既是温州农村商品经济发展的一个重要特点，也是温州农村商品经济发展较快的一个重要原因。可以说，温州农村的商品经济是一种市场带动型的经济。正如费孝通先生在考察温州以后说的：“温州模式的重要意义倒不在它发展了家庭工业，而在于它提出了一个民间自发的遍及全国的小商品大市场。”（《温州行》，载《瞭望》1986年第20期）研究温州农村的民间市场、考察这些市场的特点和发展的规律性，不仅有助于了解温州农村的商品经济，而且对于全国经济体制的改革，特别是流通体制的改革，对全国农村商品经济发展模式的选择，都是有益的。这也是本书写作的宗旨。

第　二　章

成龙配套的市场体系

建立和发展农村各类商品市场，是温州农村经济第二步改革即发展农村商品经济的突破口。

温州农村市场具有明显的民间性。

第一，市场财产所有权属于谁，这是判断市场属性的重要依据。市场财产所有权关系，主要看市场是由谁投资兴建的。投资兴建农村市场的有各级工商部门和当地乡、镇政府，但这类市场并不多。绝大多数农村市场是由民间集资兴建的。在民间集资活动中，又以农民集资为主。农民对这些市场的财产拥有所有权。

第二，市场经营者的组成是判断市场属性的又一个重要依据。温州各类市场(无论是消费品市场还是生产要素市场)的经营者，是以个体和合股为主。国营、集体单位也有参与市场经营的，但为数极少，而且只局限于少数几个大市场。从农村市场经营者的总量来看，95%以上的经营者是个体农民、城镇个体劳动者、城乡合伙经营者。这是市场民间性的重要体现。

第三，温州农村市场的开创者和实际上的组织者，不是官方的某级政府或某个部门，而是农民购销员，他们主导了农村市场的运行。

第四，温州农村市场的服务对象主要是乡镇企业、家庭工业、私人企业。市场销售的是这些企业的产品。市场又为这些企业提供生产资料、劳动力、技术、信息等生产要素。乡镇企业、家庭工业、私人企业尽管组织形式不同，但有一个共同的属性，即都是“民办”企业，这就是说，温州农村市场调节的微观基础是民办企业。

综上所述，温州农村市场的民间性是显而易见的。所以，我们可以把温州农村市场称为“民间市场”。

温州农村商品市场的形成和发展，如果从党的十一届三中全会算起，至1987年止，历时已经有九年了。九年来，农村商品市场共经历了三个阶段：

第一阶段：党的十一届三中全会后的一、二年内，时间大约从1978年至1980年。在这个阶段，温州市从城市到农村各级领导和人民群众的思想都得到了不同程度的解放，克服了“左”的思想影响，破除了把市场、商品经济等同于资本主义的旧观念。思想上的解放导致政策上的放宽，开放了各地的市场。但这时候的市场处于发展的初期，表现在市场结构上是残缺不全的，以农贸市场为主，不存在一个市场体系；在市场功能上，仅仅是为了调剂各地区的物资余缺，人们上市交易目的是为了取得使用价值。

第二阶段，大致从1980年至1984年。这时候，温州市城乡市场得到迅速而广泛的发展，不仅市场数量增多，规模扩大，而且在市场结构上突破了单一化的格局，不仅有生活消费品市场，还出现了生产资料市场、技术市场，信息市场、资金市场也初见端倪，但还没有形成一个完整的市场体系。市场的辐射力一般没有超出温州地区的范围，是区域性的市

场。这时期，温州农村的乡镇企业和家庭工业发展迅速。适应农村工业迅速发展的需要，市场功能是买进原材料，销售本地产品，为本地的生产服务，即区域性的自我服务。市场与工厂、生产与流通紧密地、不可分割地联系在一起。在温州本地区内，市场起到了促进生产与流通自我循环的作用。

第三阶段：从1985年至今。这时期，生产资料市场越来越兴旺发达，技术市场、信息市场、资金市场、劳动力市场也得到了较为迅速的发展，一个较为完整的市场体系初步形成。在市场功能上，除了一部分市场仍然是区域性的市场，即仅仅是为本地区生产服务以外，已经出现了一批另外一种功能不同的市场。这种市场规模巨大，辐射力广，市场经营者的目的纯粹是为了取得价值，取得利润。为本地生产服务寓于追求利润的动机之中。这些市场不再与本地区的生产不可分割地联系在一起。例如桥头钮扣市场经营的钮扣70％是外地产品，本地产品仅为30％。又如，瑞安城关工业品市场经营的各种布料来自全国四面八方，本地产品微乎其微。对于这些市场的经营者来说，他们的动机是赚钱，而不是推销本地的产品。

从1980年即农村商品市场进入第二阶段以来，温州农村各类市场数量逐年增多，规模逐年扩大，成交额逐年增加。1980年有商品市场171个，年成交额2.78亿元，占全市城乡社会商品零售总额的31.6％。1987年，商品市场发展到504个，年成交额为 17.97亿元，占全市社会商品零售总额的 55％。这说明，在温州市城乡商品流通领域，农村商品经济市场已居于举足轻重的地位。请看下表：

全市农村民间市场发展情况表

年度	数量（个）	成交额（亿元）	相当于当年社会商品零售额%
1980	171	2.78	31.6
1981	251	3.56	37.2
1982	293	4.13	39.6
1983	336	5.2	44.7
1984	393	6.59	46
1985	417	10.6	57
1986	482	13.18	57
1987	504	17.97	55

但是，只有进入第三阶段即1985年以来，温州农村各类市场的发育才趋向成熟。其主要标志是，已初步形成了成龙配套的、社会化的市场体系。这个市场体系是由生活资料市场、生产资料市场、资金市场、技术市场、信息市场、劳务市场等六大市场组成的。

生活资料市场遍布温州城乡各地，不再专做介绍，下面，分别考察一下除生活资料市场以外的其它各类市场的情况。

一、关于生产资料市场

近年来，除计划内的煤炭、成品油和剧毒危险品之外，其他生产资料允许城乡国营、集体、个体参与市场经营。1986年，全市农村有生产资料市场150个，其中，工业生产资料市场50个，农业生产资料市场25个，建材市场75个。从业人员9700多人，年成交额3亿多元。全市年成交额在500万元以上的金属、机电、建材、化工、木材及废钢铁市场已发

展到13个。其中年成交额在1000万元以上的有7个市场。这7个市场是：乐清县北白象镇建材市场、苍南县龙港镇建材市场、永嘉县黄田金属材料市场、苍南县金乡镇塑料薄膜市场、永嘉木材市场、乐清县虹桥木材市场、乐清县虹桥废钢铁市场。

全市农村生产资料市场1986年共经营钢材7.42万吨，水泥10.42万吨，木材13.61万立米，化肥8.97万吨，柴油3.68万吨，农药2200吨。其中，三材（钢材、木材、水泥）经营以个体为主，占销售量的68％至80％左右。

农村生产资料市场经营的商品品种繁多，规格齐全、配套。如北白象镇建材市场经营的品种有钢材、木材、水泥、沙石、玻璃、建筑五金、油漆涂料、灯具、三合板、室内装潢材料等等。钢材的品种又分螺纹钢、盘钢、角钢、工具钢、钢板等。室内装潢材料又分36个品种，100多个规格。由于规格齐全、配套，大大方便了农民购买。建一幢三层楼房所需要的各种建筑材料，到北白象镇建材市场只需半天时间就可以全部买到。

农村生产资料市场一般具有下列特点：

第一，点多、量大、范围广。全市农村150个生产资料市场，布点不计其数。以柴油市场为例，售油点在进入温州境内的温杭公路上一路摆开，数不胜数，仅平阳一个县就有99个。木材市场也是遍布全市各县。布点众多的生产资料市场，把触角伸向农村的各个角落，扩大了市场的覆盖面，为乡镇企业和家庭企业购买生产资料提供了方便条件。市场的经营额一般都大于统计报表中的数字。

第二，农村生产资料市场的服务对象不同于小商品市场。小商品市场经营的商品销往全国各地，为全国的消费者

服务；而农村生产资料市场经营的生产资料，主要是为本地的乡镇企业、家庭工业、集镇建设和农民建房服务。众多的生产资料市场的出现，相互之间激烈的竞争，使温州的乡镇企业、家庭工业由过去的"等米下锅"、"找米下锅"转为今天的到市场上去"自由选购"。这是一个有重大意义的转变。由于有这个转变，乡镇企业、家庭企业不仅不会由于"等米下锅"而被迫中断再生产；而且，可以在市场上选择质量较好、价格适宜的原材料，从而有利于保证企业产品质量，降低成本，提高竞争能力。

第三，经营方式灵活，为顾客提供配套服务。农村生产资料市场上的商品，顾客可以任意挑选。买多了可以退，买错了可以换。同时还为顾客提供配套服务。即：一代顾客加工。按顾客用料所需的长度代为截切好，顾客买回去，即可直接使用。既不要再费工时，又避免了材料的浪费。瑞安塘下钢材市场的多数经营者，还备有气割、电焊、调直机，加工向深度发展，实现了销售、加工一体化。二代客户包装、运输，一直运到客户的单位或家庭。优质的服务使生意越做越兴隆。

二、关于金资市场

温州市资金市场的活跃是商品经济活跃的客观要求和必然结果。

家庭工业和专业市场的迅猛发展，需要大量的周转资金，而农行和农村信用社只能解决其中的20%。同时，富裕起来的一部分农民手持的现金、商品经营过程中的间歇资金为数不少，也需要找到出路。在这种形势下，温州农村民间的资

金市场应运而生。

民间资金市场主要以民间自由借贷的形式出现。民间借贷活动有两种情况：一种是，亲朋好友之间为了建房购买高档消费品或其他需要而筹资，多半采用直接借贷的形式，也包括“聚会”、“摇会”、“标会”等，借贷资金金额较少、规模较小。另一种是经营性的“呈会”，它由一个或几个会主牵头，规模较大，会主收取利息。这种形式对吸收闲散资金用于生产和流通，有一定的作用。但盲目性大，如不加强管理，很容易诱发为金融诈骗活动。

民间资金市场的另一种形式是社会集资。据不完全统计，截止1986年5月，全市城乡企业通过各种途径进行集资的有2887户，约占全市工商企业总户数的18%。集资总额达1.6亿元，约占集资企业同期的固定资金和流动资金总额的30%。其中，农村集资总额为1.34亿元，约占城乡集资总数的84%。农村集资的主体多数是乡镇企业及各种形式的经济联合体。这些乡镇企业和联合体通过专项集资、联营集资、入股集资以及带劳投资等多种形式，筹集了社会上各种渠道的闲置资金。集资股息、红利一般比较高，月股息达2%—4%左右，还享受分红。社会集资主要用作流动资金或进行技术改造。社会集资这种形式是值得肯定的。

在民间资金市场的挑战面前，农村信用社开始了以实行浮动利率为主要内容的改革。率先进行这项改革的是苍南县金乡信用社。

近几年来，金乡的乡镇企业、家庭工业发展很快，成为温州农村家庭工业产销基地之一。乡镇企业和家庭工业的发展对资金的需求量急剧增加，使资金供需矛盾突出起来。全

镇乡镇企业和家庭工业所需生产资金，1978年为50万元，1980年上升到300万元，1983年再上升到1000万元以上。全镇集体商业所需流动资金，1978年为42万元，1980年上升到173万元，1983年再上升到400万元以上。信用社的信贷资金，远远不能满足其需要。以1980年9月为例，当时信用社的信贷资金只有40多万元，不到所需资金的1／10。

在资金供需矛盾十分突出的情况下，民间自由借贷活跃起来。它具有面广、额大、利率高的特点。1980年，全镇31家乡镇企业中，有28家借了民间信贷，全年累计贷款额达165万元，占企业借贷资金总额的73.8％，月息高达4至5分。民间信贷活跃证明社会闲资多，群众手里有钱。但由于信用社存款率低，无法吸收这批闲置资金。在这种情况下，金乡信用社不得不从改革中寻找出路，于1980年试行浮动利息。按照“高进高出”“以贷定存”的原则，规定存款起点为一千元，存款利率半年期月息最高为7.2厘，一年期月息最高为1分；放款利率月息为1.2至1.5分。从1982年起，这一改革逐步在全市推开。到1987年上半年止，全市农村信用社有571家，实行浮动利率的信用社发展到497家，约占信用社总数的87％。农民以浮动利率存入农村信用社的金额达3.48亿元。从1986年初开始，苍南、瑞安、平阳等县的农村信用社根据农村资金市场供求变化，分别对原定利率作了适当调整。存款起点由1000元降低为100元，从半年期、一年期，扩大到三个月期、半年期、一年期、三年期四种；存款最高利率为1.5分，贷款最高利率为2.4分。当资金市场松动，民间利率下跌时，信用社存款利率也随之下调。为了吸收存款，信用社还采取了许多便民措施，如派人到户办理存款，存款到期还

本付息直接送上门。

存贷款实行浮动利率取得了良好的效果。首先，发挥了利率的经济杠杆作用，开辟了信贷资金来源。据1987年3月底统计，全市农村储蓄额比1986年初增加了1897万元，增加额首次超过城镇储蓄增加额。其次，扩大了贷款范围和贷款数量。试行浮动利率后，信用社的实力雄厚了，为从资金上支持商品生产准备了物质基础。过去，个体工商业贷款受到限制，一次只贷500元，现在只要有经济效益，有一定的自有资金，都能得到信用社的支持。1984年，苍南县74个信用社累计发放贷款1.04亿元，比1983年增加7909万元，增加了3.12倍。再次，融通了金融市场，平抑了民间信贷利率。实行浮动利率后，信用社取得了调剂融通资金的主动权，起到了平抑民间借贷款利率的作用。如金乡镇信用社实行浮动利率前，全镇企业向社会借贷的面达90％以上，社会自由借贷款占企业借贷总额的70％以上，月息一般是3至4分，有的高达6分。实行浮动利率后，信用社贷款面扩大，民间借贷款利率下降到2至3分，接近信用社的贷款利率。最后，实行浮动利率后，信用社业务猛增，盈利增加，亏损面减少，增强了信用社的活力。

紧跟农村信用社的改革，城镇工商银行着手建立城镇集体金融组织——城镇信用社。1984年10月，温州市工商银行和瑞安县工商银行，先后在温州市区和瑞安县城开办了4所城市信用服务部，性质为集体金融组织。截止1985年末，4个城市服务部共开户1538户，存款余额462万元，贷款余额492万元。随着城镇商品经济发展需要的推动，城镇信用社出现了迅速发展的势头，并突破了集体所有制的限制。一些专业

户和街道企业，合股创办股份制的城市信用社。截止1987年上半年，全市已创办了股份制合作信用社14家，其中温州市区12家，龙港镇、虹桥镇各一家。1987年6月底，存款余额达3788万元，获利润89.8万元。城镇信用社的建立，以其多功能、综合性的服务，适应了城镇及农村多种成份、多种形式的商品经济发展的需要，突破了传统的单一的国家银行体制，弥补了国家银行网点不足的缺陷。

1987年9月，经中国人民银行总行的批准，温州市国家银行也进行了利率浮动改革的试点，存、贷款利率分别向上浮动20%。这是全国唯一的改革试点。这项措施的实施，使国家银行也参与了资金市场的竞争，在一定程度上缓和了国家银行的储蓄向城市和农村信用社的转移，国家银行的储蓄有所上升。但由于上浮的幅度是定死了的，不能因资金供求关系的变化而立即作出反映，不能上下灵活浮动。因而在资金市场激烈的竞争面前仍然显得软弱无力。看来，国家银行的体制还需要继续进行改革。

资金市场的又一个内容是，实行资金横向融通，开展短期资金拆借活动。

从1983年开始，温州农村信用社打破了社与社、县与县之间划地为牢的做法，开展资金横向融通。1985年信贷资金纵向、横向融通了321次，金额9.6亿多元。从外地横向调入资金4850万元，使用率达93%。近两年来，温州市与外地横向经济联合的发展，推动了资金拆借市场的进一步发展。继农业银行之后，工商银行、中国银行也开展了资金拆借活动。截止1987年6月，全市共拆入资金3.5172亿元，其中从外省拆入的有2.4450亿元。

资金拆借市场的建立，突破了过去单一纵向资金运动方式，改变了坐靠上级行分配信贷资金，争指标、争支持款的做法，取而代之的是纵横交错的资金运动，充分利用资金的时间、空间差进行余缺调剂，使一钱多用。这样，大大缓和了资金的供需矛盾，提高了资金的使用效益。同时，还扩大了农行和信用社的资金流通量，增强了它们的经济实力，使之在农村资金市场中的主渠道作用得到有效的发挥。

随着短期资金市场的建立，长期资金市场也在有步骤地建立。1987年，温州市人民银行已批准了一家私人企业向社会发行股票150万元。

三、关于技术市场

温州市的技术市场发端于1983年。1984年，中央科技体制改革的决定发布以后，技术市场在温州市城乡得到了广泛的发展。市、县、区、乡都有了自己的技术市场。截止1986年上半年，全市各个层次、各种渠道的技术市场的经营、咨询、协调机构有57家。这些机构既有全民、集体办的，也有个体办的。全民、集体的机构在技术市场机构中起到了主导作用。市区及其所辖各县都有自己的技术开发中心、科技服务部和技术转让中心。个体科技户十分活跃，在技术市场中不仅起到了拾遗补缺的作用，还有很多发明创造。瑞安永久机电研究所是由温邦彦创办的私人科研机构。该所所长温邦彦试验成功多功能电阀，获得了第十五届国际发明和新技术展览会金质奖。乐清县柳市区象阳乡个体科技户赵章光，发明毛发再生精，获浙江杭州首届发明奖的银瓶奖，国家科委还推荐

他参加第36届世界发明博览会。个体科技户王龄兴办的王龄实验室，集开发、转让和经营于一身。几年来，经他开发、转让或介绍的技术项目已达115项。他本人研制的电离子牙刷系国内首创，目前已投入生产，并参加了全国和国际新产品展览会。

蓬勃发展的温州市城乡技术市场，通过多种渠道多种形式实现技术成果的有偿服务或有偿转让，把科学技术转化为生产力。这些渠道或形式主要有：

一是科研部门在发展横向经济联系中开展技术咨询，提供技术服务。例如，温州市陶瓷研究所向泰顺县陶瓷行业提供技术服务，帮助四家陶瓷厂建立了八条电辊道窑，生产彩釉墙外砖、紫砂陶瓷等新产品，生产能力达50多万平方米，产值达800万元，占泰顺全县工业总产值的50％。

二是企业与高等院校或科研单位直接挂钩，开展经济技术协作。自1984年以来，温州市的一些工厂企业先后与本省和上海的高等院校、科研单位建立了长期的全面科技协作关系，双方签订了包括技术成果转让与推广、技术经济论证、合作攻关、人才培训等多项合同。有的则采用建立科研生产联合体的办法，帮助企业应用新的技术成果。例如，只有80多名职工的温州焊接设备总厂与上海交大协作攻关，先后开发12个系列70多个新产品，其中氩弧焊炬产品占领了全国80％的市场，使该厂经济效益显著上升，年利润达100多万元。又如，洞头县双朴乡与上海同济大学合作，研制生产了噪音监测仪；瓯海县矿山机械厂与淮南煤矿学院合作，研制生产了电动机综合保护器，产品均得到好评。

三是举办技术成果交易会。这种交易会把新的技术信息

和技术成果集中起来，定时定点举行，让供需双方任意选择。如1985年举行的技术、材料、商品大型交流会，有全国28个省市350多个单位参加，可供转让的技术项目达2000多种。类似这样的交易会，每年都要举行。

四是不定期地举行技术信息和情报的交流活动。市情报所和市对外科技交流中心，多次举办引进情报实物样品、样本展览，传递国外新技术，为科研单位、大专院校、工厂企业提供一批有价值的科技情报。几年来，在引进257件样品中有40件已转化为生产力。此外，全市各种自然科学协会也经常举行技术交流活动。

温州市技术市场的兴起，对温州城乡的商品经济是个有力的推动。温州市的乡镇企业、街道企业和家庭企业，低档产品多，技术力量比较薄弱。在激烈的市场竞争面前为了站稳脚跟，求得发展，不惜重金引进技术，开发新产品。特别是一些有胆有识、锐意进取的企业家，对引进技术更持积极的态度。因此，温州技术市场的需方量多、面广。据对近几年来技术服务和转让项目的统计，需方80％是家庭企业和集体的中小企业。技术市场的发展使科学技术迅速转化为生产力。1983年至1984年两年期间，温州市各类企业引进技术开发新产品达1000多项。1985年至1986年，仅市一级的技术市场，就提供技术服务或转让、开发新产品共1000多项。1986年通过技术转让或服务落实的27项“星火计划”项目，实施后将使企业新增产值4013万元，获利润835万元，创汇3442万美元。

四、关于信息市场

商品经济的发展离不开信息的灵通。特别是，温州农村的商品生产是以小商品为主。这种小商品寿命周期短，更新快，市场需求变化迅速，更需要依赖信息的及时传递。近几年来，温州农村商品经济发展迅速，与重视信息有极大的关系。现在，全市城乡已出现了“信息热”，一个纵横交错的信息网络初步形成，各种信息机构应运而生。

在温州市区，各种信息机构尤为集中。据统计，温州市市级技术信息服务中心（或公司）已有31个，并与全国28个省、市、自治区，沿海开放城市，特区等主要大中城市的研究机构和企业建立了信息协作关系，加入了全国大中城市经委系统的信息网络，还与国外的有关公司签订了科技、信息协议。其中，温州市市场营销研究会，聘请了全国各地近百名专家、学者为顾问，与全国200多个信息机构建立了市场信息交换关系，成为市级有影响的信息机构。该研究会创办的《市场和信息》报，深受工商界人士的欢迎。温州市鹿城区有各类信息机构13个，其中有东风、时代、市中、长城信息服务社，运输信息服务部，王马、科艺信息服务公司等。值得一提的是，市区20多个待业青年于1984年7月，集资创办了“东风信息服务社”，订阅了全国240份报纸，分别将市场动态、国外科技、乡镇企业经营等几十个专业项目的有关信息进行分类汇检，摘编成《全国240家报纸信息分类汇检资料》和《全国崛起产品资料集》，向全国发行，总订户1200户，年经营额达16万元左右。同时，该社还举办了信息员函授培

训班，学员分布全国29个省、市、自治区，近4000人。该社受到赵紫阳同志的表扬。总之，在温州市区，一个有多种经济成份（全民、集体、个体）参加的、社会化的信息服务业已经兴起。

在温州市所辖的其他各县，信息市场同样显示出了蓬勃生机。瑞安县乡镇工业局以经济信息研究室为中心，同上海、北京、南京等地的6000多个单位建立了信息协作关系，组成了全方位的信息网，促进了该县乡镇工业的迅速发展。乐清县柳市镇信息专业户叶建华，收集市场不同规格、型号的电器产品，编成电器产品目录出售。人们称他为"目录大王"。以生产品种复杂、规格多样的徽章、塑片等小商品而闻名的苍南县金乡镇，信息市场显得尤其发达。全镇有信息专业户30多家，成立了信息协会，创办了《金乡信息报》。"信息专业户"许方枢，一人订了97份报纸，请了5个帮手帮助整理信息，1984年发了30多万封信联系业务合同，签订业务金额20多万元。被人们称为"信息权威"。目前，温州城乡信息市场方兴未艾，各种信息机构、信息专业户正在不断涌现。特别是沿海商品经济比较发达的地区，信息已经成为一种新兴的产业。

温州农村14万农民购销员和30万劳务输出大军，构成信息市场另一支重要的力量。正是这支力量提供的信息，打开了农村乡镇企业和家庭工业产品的销售渠道，使每年价值10多亿元的小商品能较快地销售出去。并通过信息反馈，促进产品更新换代，上质量、上水平。

信息市场的出现，以事实说明，信息是最宝贵的资源和财富。由于信息市场的发展，带来全市城乡信息报刊、信息

函授班、广告营业、咨询服务、商品展销会和信息交流会等各种信息服务收入激增，仅温州市区一年就有几百万元的收入。信息的利用，促进了城乡商品经济的发展和产业结构的调整。可以说，信息是商品经济活力的源泉、腾飞的翅膀。

五、关于劳务市场

劳动力是生产力中最活跃的因素。实现劳动力和生产资料的最佳结合，是加快商品经济发展的需要。况且，温州市城乡已经形成了多种经济成份并存的局面，有全民经济、集体经济、个体经济和私人经济等。各种经济成份对劳动力的需求不可能都实行计划管理。特别是家庭工业80％以上采用雇工经营。家庭工业招雇各种劳动力，客观上需要有一个供求能直接见面的劳务市场。发展有领导的劳务市场与发展生产资料市场一样，是增强企业活力，促进商品经济发展的重要条件。

温州市的劳务市场共有三种类型：

第一类是，官办的即国家劳务市场。它是由各级劳动人事部门兴办的。全市200多个劳动服务公司多数属于这种性质的劳务市场。鹿城区“劳务市场管理处”就是这类市场的典型。该管理处于1987年3月由鹿城区劳动局创办，成效显著。1987年4—7月，需方单位来登记的有105家，需招聘527人；求职人员来登记的有313人。需方大于供方。到1987年7月底，已向22个单位输送了198人。被输送的人员中，有城镇待业青年118人，城镇闲散人员36人，企业多余职工12人，离退休人员11人，“农转非”后无职业者21人。接

收的单位有全民、集体单位，也有私营和个体企业。鹿城区卫生防疫站急需汽车驾驶员一名，一位城镇待业青年从管理处创办的《劳务信息》报上得知，前往应聘，立即被聘用。上海缝纫机一厂一位工程师写信来管理处联系，要求在退休后来温州发挥“余热”，没过几天就被一家工厂预约而去。近来，该管理处还将某些劳动力输送到上海、南京等地。

第二类是，民间的劳务市场。它是由社会团体、居民和村民组织出面兴办的。全市60多个生活服务社多数是属于这类的劳务市场。这类的生活服务社是以介绍家庭生活服务雇工为主。例如，1984年3月由鹿城区五马街道居委会创办的“五马生活服务社”，开展了以介绍家庭生活服务用工为中心的经营活动。三年来为居民家庭、私营与个体企业介绍保姆、修理工、临时用工达4万人次。不仅解决了人们生活上的很多困难和某些单位的紧急需要，还累计上交国家税金2万多元，管理费7000多元，集体积累17000多元。

乐清县柳市镇是农村商品经济比较发达的地区。农村家庭工业发展起来以后，当地劳动力不足，不少外地人来柳市镇谋求就业。开始，他们自发地聚集在柳市的街口、桥头候雇。为了沟通需求双方的联系，该镇后街村包巨博等七位农民，于1987年5月联合组建了农村集镇第一家劳动力就业介绍所——“柳市劳务介绍所”。开业仅两个月，就介绍了1100人就业，现在每日平均介绍对象达15—20人。他们多数来自本省的永嘉、青田、玉环等县的农村，少数来自安徽、四川等地。1987年农村“双夏”季节，该所还专门介绍了近千人的“割稻客”，支持了农业生产。

第三类是，完全由群众自发形成的自由的劳务市场。

如：每日待雇人员自发地聚集在农村、集镇的街口、桥头候雇，没有专门机构为之牵线搭桥；或经亲朋好友介绍，雇工直接去找雇主。这类的劳务市场目前还未加以管理。

劳务市场的建立，使企业有了选择职工的自由，劳动者有了选择职业的自由。供求双方直接见面，择优录用，竞争机制进入了劳动就业领域，有利于优化劳动力的素质和企业的素质。虽然温州的劳务市场主要是为了适应家庭工业发展需要形成和发展起来的，目前还不完善，但已显示了它巨大的优越性。并以特有的优越性说明，建立劳务市场对于改革现行劳动人事管理体制，搞活企业，解放生产力，充分发挥人的主观能动性，具有重要作用。

第 三 章

民间市场的典型——十大市场

要了解温州农村商品市场及其规律性，就必须要解剖一批典型。本章扼要介绍一下温州农村有代表性的十大商品市场。人们从对这十大商品市场的了解中，可以得到正反两方面的经验教训，作为发展农村商品市场的借鉴。

在众多的温州农村商品市场中，1985年以前，人们公认的十大商品市场，是永嘉县桥头钮扣市场；乐清县柳市五金电器市场；乐清县虹桥农贸市场；瑞安市塘下塑料拉线、编织袋市场；瑞安市仙降塑革鞋市场；平阳县肖江编织袋市场；平阳县水头兔毛市场；苍南县宜山再生腈纶市场；苍南县钱库综合商品市场；苍南县金乡小商品市场。

其中，瑞安塘下塑料拉线、编织袋市场，瑞安仙降塑革鞋市场，与其它八大市场不同。它们没有面积较大而且固定的交易场所，没有数量众多的上市人数，没有在本地（塘下、仙降）开展较大规模的商品交易。因而严格说来，这两个市场不能称为市场，只能叫生产基地。因此，我认为应把它们排除在十大市场之外。

到了1986年，十大市场发生了变化。水头兔毛市场由盛转衰，直至销声匿迹。肖江编织袋市场一部分经营者转移到了平阳县的树贤乡，因而这个市场的经营规模已相形见细，与

此同时，新崛起了一批规模较大的市场，如瑞安市城关工业品市场、平阳县树贤编织袋市场、鹿城区干鲜果市场、北白象建材市场。

新的十大市场应当是：乐清县柳市五金电器市场；永嘉县桥头钮扣市场；乐清县虹桥农贸市场；瑞安市城关工业品市场；平阳县树贤编织袋市场；苍南县宜山再生腈纶纺织品市场；苍南县钱库综合商品市场；苍南县金乡小商品市场；鹿城区干鲜果市场；乐清县北白象建材市场。

下面将新的十大市场简介如下：

一、十大商品市场之首——乐清县柳市五金电器市场

乐清县柳市五金电器市场是一个新兴的市场。它是从1985年以后才形成和发展起来的。然而，在短短的几年之中，柳市电器市场发展速度之快，成交额之高，上交税收之多，规模之大，均居温州农村十大商品市场之首。1986年成交额为15312万元。1987年成交额为14700万元，上交税收2300万元。

柳市五金电器市场所在地——柳市区，位于温州中部平原。全区有3个镇，15个乡，32万人，12万个农村劳动力。人均耕地虽然只有0.44亩，但地处水网地带，土地肥沃，人杰地灵。农村经济——无论是农业，还是副业，都十分发达，是乐清县的经济中心。

柳市自古以来就有进行商品贸易的传统。相传从前的柳市叫“柳庄”，人们聚集在一棵大柳树周围进行农副产品交易，

天长日久，形成了固定的交易市场，故易名为“柳市”。现在的电器市场虽然已不同于农副产品交易市场，但商品贸易的传统造就了柳市人经商的素质。从1979年至今，柳市区已形成了1.3万人的农民购销员队伍，是温州十大商品市场中购销员最多的一个。这是柳市能成为温州农村最大的商品市场的一个最重要的因素。除此之外，柳市之所以能成为一个新兴的电器市场，原因还在于：

一是商品生产发达。柳市区农村有一批能工巧匠，家庭手工业历史悠久。1979年，柳市开始了五金电器生产，并以很快的速度发展起来。同时，电器产品生产也从柳市镇扩展到全区。现在有1200个乡镇企业、16000多个家庭工业从事五金电器产品生产。从业人员达6万多人，占全区总人数的1/5，劳动力的1/2。生产的产品有各种规格和型号的电机节电器、电机断线保护器、电流互感器、空气开关、微动开关、溶断器、讯号灯、指示灯、矿山配件、机械阀门、汽车配件等等。全区五金电器的产值，1986年、1987年都超过了3亿元。商品生产的发展促进了市场的繁荣。仅柳市镇，就开设了1140多个五金电器商店和摊柜。有的前店后厂，有的亦店亦厂。销售商品大到4000多元一台的配电柜，小到几分钱一颗的螺丝钉，共1200多个品种。

二是细密的社会分工促进了市场机制的发育。全区范围形成了专业化生产，形成了“一户一品”、“一村一品”、“一乡一品”的格局。每户生产一种或几种零配件。全区还出现了10个规模较大的专业乡和专业村。户与户、村与村、乡与乡之间的生产协作，是靠市场来联结和调度的。每种零配件都是作为商品出售，由市场来检验其质量，调节其供求。这样，

分工越细密，越能促进市场机制的发育。细密的生产分工，还增加了市场商品的可供量和品种。

三是交通便利。柳市区的水陆交通都很发达。公路、运河穿境而过，柳市区拥有的内河船只约占全县的3/5，拖拉机、三轮卡约占1/3。柳市、北白象、翁垟三个集镇个体、联户办的货物托运站、点已发展到近百个，月平均发货量2500吨左右，能在半个月左右将货物运送到全国各地。货运速度比国营货运单位快1—3倍。柳市镇上的客车每五分钟一班。船只每十分钟一班。拖拉机、三轮卡每一分钟一班。人们往来洽谈生意，送货采购十分便利，为市场的发展提供了方便的条件。

柳市电器市场存在的问题主要是：在一段时间内，市场销售的某些产品质量不高。这个问题已经引起当地政府及有关部门的高度重视，并采取了一系列得力的措施。从1985年以来，市场上加强了检测管理，健全了检测手段，保证了上市商品的质量。

二、"东方第一钮扣市场"——桥头钮扣市场

永嘉县瓯江北岸的山岙之中，有一个小集镇叫桥头镇。曾几何时，这个荒凉、冷清的山岙小镇，却形成了闻名国内外的"东方第一大钮扣市场"——桥头钮扣市场。

桥头镇长期是小商品的集散地。从1979年下半年起，钮扣开始在市场上露面。最早贩销钮扣的购销员是弹棉郎叶尧林、叶尧青兄弟俩。他俩从黄岩县路桥钮扣工厂买来一批钮扣，在桥头镇试卖。不到一天的时间，价值400元的钮扣就

销售一空。这个消息一经传出，大家都跟着做起了钮扣生意。钮扣在桥头小商品市场的比重越来越高。到了1981年下半年，钮扣摊位达到100多个，成了桥头市场的主角。1983年2月，桥头钮扣市场正式开放。从此以后，桥头钮扣市场以奇迹般的速度迅速发展，终于成为闻名全国的钮扣交易中心。被香港《文汇报》誉为"东方第一钮扣市场"。现在，市场营业面积达3019平方米，共有摊位1030个，其中，钮扣摊位724个，占72%。其它小商品（如表带、拉链、装饰品）摊位占28%，从业人员2000多人。市场上荟萃了全国各地300余家国营、集体钮扣工厂、本地430家家庭工厂生产的钮扣和其它小商品。钮扣品种有12大类、1400多种。每日上市交易人数约3000人，高峰期达5000人。1986年成交额为8300万元，1987年成交额为8460万元。这两年，每年向国家上交税收400多万元。

桥头钮扣市场的形成和发展，决不是偶然的。

永嘉县是浙江省的贫困县。桥头镇是个偏僻、贫穷、落后的小镇。这里人均不到2分8厘耕地，人多地少的矛盾特别突出。解放前，大部分农家不得温饱。于是，一部分农民不得不长年在外从事弹棉花等手工劳动，或做一些小买卖，从而形成了桥头人劳务输出的传统和经商习惯。"桥头生意郎，挑担走四方"是当地流传很广的口头禅。长期外出经商的实践，不仅锻炼了桥头人经商的才能，而且使他们找到了经商的门路，在全国各地布下了经商的网络。拿弹棉郎来说，过去他们为全国各地的百货公司、供销社加工棉絮，因而与各地的百货公司、供销社、农村商店、服装厂都有过联系。这些人转化为购销员以后，自然而然地组成了覆盖全国各地的经商网络。桥头钮扣市场的形成和崛起，靠的就是这个网络。

该市场现有农民购销员8000多人。农民购销员不仅外出从事购销活动，近一二年来，还到全国各地的大中城市承包商场、柜台，一些农村姑娘一跃登上了大商场的柜台。

桥头钮扣市场的形成和发展的原因还在于：桥头人找到了一条符合本地实际的经商之道。桥头是个偏僻的小镇，贫困落后，交通不便；农民技术水平低、手中资金不足。根据这一实际，桥头人认准了经营并生产钮扣这条道路。钮扣这种小商品具有下列特点：其一，钮扣体积小、重量轻、运输量小，不需要大型的运输工具。农民购销员背上一个装钮扣的大旅行袋，就可以外出。外地顾客来桥头购买钮扣，也只需要一个口袋。其二，钮扣价值低，本钱少。积累少量资金的个体户即可开张经营。其三，钮扣用料省，耗能低，技术性能简单，容易生产。其四，钮扣使用范围广，实用价值高，市场广阔。上述特点，决定了经营或生产钮扣，能避开"桥头"之短而扬"桥头"之长。

桥头钮扣市场的兴起，不仅促进了家庭工业的生产，而且使一些面临危境的国营或集体的钮扣工厂恢复了生机。浙江省桐乡县有机化工厂是生产"金鱼扣"的老厂，由于产品积压而濒临绝境。从1982年起，产品由桥头钮扣市场包销后，生产得到了大幅度的发展，工人人数猛增了10倍。温州表带厂积压的30万条表带，投放到桥头市场销售一空，使该厂起死回生。一些国营商场积压的商品，到了桥头市场就转为畅销。如广州市百货公司批发部积压了24吨钮扣，运到桥头钮扣市场，仅40多天就销售一空。这说明，桥头钮扣市场以它特有的信誉和经营之道，已打通了全国小商品的销售渠道，成为名副其实的小商品贸易中心。

三、源于传统集市，高于传统集市——乐清县虹桥农贸市场

虹桥农贸市场所在地——乐清县虹桥镇，位于该县的中部，踞虹桥平原的中心。地势平坦，水网密布，农业发达，是个典型的农业区域。东、西两大干河与杭温国道线穿镇而过，水陆交通便利。全镇面积7.5平方公里，人口24000多人。其中农业人口17000多人，占总人口的70%。由于有优越的地理环境和方便的交通，因而虹桥农贸市场腹地很大，成为近区、临县和外省的商品集散地。

现在的虹桥农贸市场是在传统集市基础上发展起来的。虹桥集市贸易历史悠久，早在三百多年以前就开始了集市贸易。虹桥农贸市场附近，还有清江、芙蓉、南塘、大溪（温岭县境内）等四个农贸市场。这五个市场在空间上连成一片，在时间上相互衔接。五个市场均为五天一市。清江农贸市场农历一、六为市。芙蓉农贸市场二、七为市。虹桥农贸市场三、八为市。南塘农贸市场四、九为市。大溪农贸市场五、十为市。五个农贸市场在时、空上的有机联系，发挥了群体优势，促进了跨行政区划的商品经济的发展。现在的虹桥农贸市场在继续保持五天一市的传统基础上，已发展为天天有市。只是在传统集市的日子，上市的商品和人流更多而已。

解放以来，虹桥农贸市场的发展可划分为五个阶段：

第一阶段，1951—1956年。随着我国国民经济的恢复和发展，集市得到了发展。每集平均有15000人上市，商品达

200种。

第二阶段，1957—1961年。由于我国整个国民经济进入三年困难时期，使赶集的人数和上市的商品均有较大的减少。每集平均约10000人，上市商品100种左右。

第三阶段，1962—1966年。随着全国经济形势的好转，集市贸易不仅得到了迅速的恢复，而且有了新的发展。每集平均30000人，上市商品达300多种。

第四阶段，1967—1977年。这十年处于"文化大革命"的动乱时期。当时的极左路线，把集市贸易等同于资本主义。上级领导也多次公开点名批判虹桥农贸市场。虹桥与路桥（黄岩县境内）柯桥（绍兴市境内）并称为浙江"三桥"，被指责为是"资本主义的孳生地"。但是，集市的存在是与人民的生产和生活息息相关的，它是行政力量消灭不了的。虹桥镇周围的农民采取隐蔽的、半公开的，类似"捉迷藏"的方式，使集市贸易得以维持下来。但由于受极左路线的控制和影响，集市贸易并没有多大的发展。每集人数平均30000人，上市商品300～400种。

第五阶段，从1978年党的十一届三中全会至今。随着各项经济政策的调整和落实，以及商品流通的活跃，虹桥农贸市场进入空前未有的繁荣时期。现在，该市场拥有贸易场地51600平方米，摊位4000余个，上市人数每集平均达6～7万人，最多达10万人。拥有14个专业市场。上市商品1200多种，主要有木材、竹类、木制品、废旧品、柴草、农用生产资料、粮食、禽蛋、水产、蔬菜、水果、饲料、畜产品、农副产品、小商品等等。

从1978年以来，虹桥农贸市场发展之快，还集中表现在

市场的成交额迅速增长上。成交额逐年增长的情况是：1978年：1216万元；1979年：1358万元；1980年：1808万元；1981年：2613万元；1982年：3085万元；1983年：3305万元；1984年：3396万元；1985年：4008万元；1986年：3970万元；1987年：7709万元。

虹桥农贸市场上市的商品，除粮食、饲料、农副产品、蔬菜、禽蛋是由本地生产的以外，大多数商品是由本省的其他、市、县，以及福建、贵州、江苏、山东等省购进的。出售商品中，虹桥本地群众消费的占少数，绝大多数销往外地，购销主要靠农民购销员，虹桥农贸市场有农民购销员1500多人。

目前，虹桥农贸市场规模在扩大，商品品种在增加，专业市场在发展。该市场已不再是单纯的农贸市场，已包含了日用工业品、小工业品市场。但这并不改变农贸市场的性质。

四、适应消费需求而迅速崛起——瑞安城关工业品市场

瑞安城关工业品市场所在地——瑞安城关镇，历史上曾以“万商云集”而闻名于闽浙两省。近几年来，瑞安城乡工商业发展很快，当地政府因势利导，于1982年12月创办了城关工业品市场。市场现有面积5700平方米，场内设有摊位1180个，参与市场经营的有国营3家，集体49家，个体1128家，从业人员3500人。主要销售棉纺絛纶布、成衣、鞋帽、百货等等。在1180个摊位中，经营棉纺絛纶布的有443户；占37.5%；经营成衣的有460户，占39%；经营衣帽百货的有205户，占17.4%；经营其它项目的72户，占6%。经营方式，以批发为

主，兼营零售。商品品种众多，花色齐全，式样新颖，货源充足。顾客日流量平均达2万人次。他们之中有的来自温州各县，有的来自台州、丽水等地，有的来自广州、福建、湖南、湖北、山东、四川、内蒙、新疆等省市。1983年该市场成交额还只有1393万元，1986年、1987年迅速上升到1亿多元。

瑞安城关工业品市场有自己的经营特色，这是该市场能够迅速崛起的重要原因之一。这些经营特色主要是：

一、适应消费快速变化的需要，实行商品快速更新。该市场的经营者有很多人往返于本省的杭州、嘉兴、湖州，以及上海、江苏、广州等全国各地纺织工业发达地区，一边采购商品，一边把各地的商品信息、消费者需求及时反馈到市场上来。有些经营者还在家中安装电话，及便及时获取信息。这样，市场经营者能准确地、较快地了解群众消费需求的变化，以便不断更新上市商品。拿服装经营来说，一种流行的式样在十天左右就会遍布市场的各个摊位。过了半个月又要变换另外的式样。这样激烈的竞争，使经营者必须努力提高应变能力。为此，有些经营者自己设计衣服样式，在家组织生产，随即拿到市场销售。

二、实行合伙经营。城关工业品市场1180个摊位中，90%的摊位是合伙经营的。合伙经营的结果，使每个摊位有雄厚的资金，保证资金周转的需要，提高了竞争能力。

三、产销挂钩，批量出售。市场上大多数经营者直接从生产厂购进现货，或者与厂家签订合同，由厂家定时定量供货。这就大大减少了流通环节，有利于降低经营成本。再则，市场经营者采取“大进大出”的方针，批量购进商品，批量出售，薄利多销，加上周转快捷，就能收到满意的经营效果。

此外，交通方便，服务设施和市场秩序良好，是瑞安城关工业品市场能够迅速发展的另一个重要原因。瑞安有直达广州、福建、江苏，以及本省的杭州、义乌、金华等地的汽车。瑞安到温州的客车每五分钟可发一班。市场附近设有旅馆、饮食店，住宿就餐十分方便。市场内还成立了专门的市场服务部，为工商业户办理外出介绍信，代顾客汇款，向经营者和顾客介绍商品信息和商品知识。市场内设有执勤人员，调解经济纠纷，开展反盗窃活动，维护市场秩序，有效地保证了市场交易活动正常进行。

五、山区农民脱贫致富的纽带——树贤编织袋市场

平阳县麻步区树贤乡编织袋市场，是1986年以后才形成的专业市场。现有510多户、175个联合体直接参与编织袋经营。编织袋主要是本地产品，规格有20多种。产品行销全国各地。目前这个市场的销售量、客流量、成交额，都远远超过曾是温州农村十大商品市场之一的肖江编织袋市场。1987年，该市场成交额达1亿多元，成为一个新崛起的浙江省最大的编织袋市场。

树贤编织袋市场所在地——麻步区树贤乡，地处腾蛟、水头、山门、顺溪四区的交叉路口。这四个区是有名的贫困山区，劳动力富余。特别是农村妇女劳动力长期处于闲置状况。近几年来，温州平原地区家庭工业的某些产业向山区转移。编织袋生产技术简单易行，花费成本不多（一台木制的编织机只需80元），男女老少劳动力均可以从事这项生产。

因此，这个产业很快为山区农民所接受。平原地区农民已不大愿意从事编织袋生产。于是，原来在瑞安一带的编织袋生产，很快转移到平阳县的麻步、腾蛟、水头、山门、顺溪等贫困山区，以及毗邻的苍南县的一些山区、半山区，在这一带形成了庞大的编织袋生产基地，为树贤编织袋市场提供了充足的货源。树贤乡水陆交通方便，比肖江镇占优势，这也是树贤编织袋市场能取代肖江编织袋市场的重要原因。

树贤编织袋市场的形成，对山区农民脱贫致富起了极为重要的作用。由于该市场规模大，覆盖面广，使群众的受益面也广。据统计，该市场使周围35000户，17万人受益。该市场所在地——树贤乡江湾村，1986年，仅就编织袋生产这一项，人均收入达1000元。1987年又翻了一番。

但是，由于该市场纯粹是群众自发形成的，存在的问题颇多。这些问题主要是：一些经营者没有建立帐册；一部分经营者逃税漏税，使市场上的税收没有与成交额、利润同步增长；上市的产品没有严格的质量标准，价格也不统一；市场布局比较零乱，摊位摆设没有统一的格局；等等。针对这些问题，必须采取得力措施，加强市场管理。否则，该市场很有可能昙花一现，衰落下来。此外，还要开发新技术，研制新产品，加快编织袋产品的更新换代，提高产品的竞争力。这是使树贤编织袋市场能兴旺发达的保证。

六、产销合一、互相促进——宜山再生腈纶纺织品市场

苍南县宜山区再生腈纶纺织品专业市场，是由六个分市

场组成的市场群体。这六个分市场是：甲底村童衣童裤市场、布角一场和布角二场；新西河再生腈纶纱市场、再生腈纶衣裤一场和再生腈纶衣裤二场。这六个分市场经营的商品都有明确的分工。有的专门销售腈纶衣裤等成品，有的经营腈纶纱等半成品，有的专门为生产者提供腈纶布角、再生腈纶棉等原材料。这六个分市场在功能上又互相补充。成品离不开半成品，半成品离不开原材料。有些生产者从市场上买来原材料，加工成半成品，投入市场出售；另外一些生产者再将半成品买去，加工为成品再投入市场。这样，市场不仅沟通了生产与消费，而且直接调节了商品生产。

目前，由六个分市场共同组成的宜山再生腈纶纺织品市场，共有交易场地11518平方米。每天上市摊位2700个。双方交易人数每天达1万多人。日成交额约20万元左右。1987年成交总额为7000万元，占宜山全区集市贸易成交总额的74%。上市的商品随着新产品的开发而不断增多。1983年以前，上市的商品主要是腈纶布角废料、再生腈纶针织衫裤、腈纶拼料童衣童裤、再生腈纶纱等等。1983年增加了团结布。1984年增加了再生腈纶地毯、毛毯。1985年增加了花边编织、提花羊毛衫和膨体衫。

宜山再生腈纶纺织品市场的形成和发展，是与该地区商品生产的发展分不开的。

宜山区的农民在历史上就有从事土纺土织的传统。这里，明朝就出过织布能手高机。《高机与吴三春》的民间故事流传甚广，至今仍脍炙人口。民国时期盛产过“简子布”。解放后，有1/3的农民有纺织机，农村妇女尤其擅长纺纱织布。但后来，受极左路线的干扰，纺织机贴上封条，纺织能手与

其他过剩的劳动力一样，被束缚在一小块土地上。1978年，随着农业联产承包责任制的推行和各项经济政策的落实，宜山区家庭纺织业进入了一个新的历史时期。特别是1978年，被宜山人民称为“当代的黄道婆”的孙阿茶老太太，大胆改革了传统的土纺土织工艺，成功地纺出了再生腈纶纱，为再生腈纶纺织品市场的形成奠定了基础。由于再生腈纶纱具有价廉物美的优势，很受群众的欢迎，前来购物的客户络绎不绝。这在客观上需要有一个再生腈纶纱交易中心。于是，在1979年冬，新河、西河两个村联合创建了“新西河再生腈纶纱市场”。随着再生腈纶工艺不断改革和完善，新产品不断涌现，继再生腈纶纱以后，又生产出针织腈纶衣裤、腈纶地毯、毛毯等中、高档产品。于是，宜山纺织品市场的专业经营分工也越来越细。1982年，新河、西河两村又先后建起了再生腈纶纺织成品市场。同时，宜山镇的三个土纺土织市场，也转向经营再生腈纶织品。这样，由六个分市场所组成的宜山再生腈纶纺织品批发市场便最终形成了。宜山区再生腈纶纺织品市场，具有明显的产销合一、互相促进的特点。纺织品市场的形成，是该地区商品生产发展的必然产物；同时，纺织品市场一旦形成以后，反过来进一步促进了宜山区的商品生产。正是由于纺织品市场搞活并不断拓展了流通渠道，才使得全区从事再生腈纶纺织的家庭工业日益发展起来。现在，全区有这类的家庭工业23302户，占全区总户数的90%；从业人员67200人，占全区总人口的60%。拥有多种纺织机械33000台，固定资产1100万元。1986年家庭再生腈纶纺织品的总产值8747万元。总产值的80%是通过这六个纺织品专业市场成交的。

七、家家经商，户户开店——钱库综合商品批发市场

苍南县钱库镇昔日是浙闽二省交界的讨饭之乡，如今成为浙闽二省六县的工业品和农副产品的集散中心，形成了规模宏大的综合商品批发市场。

钱库在历史上就是一个有名的市场。早在春秋战国时期，吴越王钱镠就在该地设立库同，征收棉、茶、盐。但由于“左”的思想束缚，长期以来，钱库镇市场萧条，商店无几，门庭冷落。1978年以前，全镇只有10余家合作商店，300多经商人员。所有制单一，市场是供销社的一统天下。

如今的钱库镇，家家经商，户户开店。在方圆只有1平方公里的集镇上，经商有767户，2834人。经商人数占钱库全镇人口的23.6%。即是说，每四个居民差不多就有一个经商。1987年成交额达7640万元。上交给国家的税收也在逐年增加。1980年为98万元，1985年为125万元，1986年为195万元。经商的行业主要有小百货、布类、时装、毛线、五金交电、烟什、家具、建筑材料等等。镇上还开辟了小商品、木材、水产、水果、粮油等七个专业市场。这些行业和专业市场互相竞争，经营得都很好。

钱库镇自然条件优越，江河纵横，交通便利。镇上拥有一大批经商能人。这些经商能人直接到全国各地的产地或商场采购商品供市。这些商品包括：上海、宁波的纺织品、毛线，广东的家用电器，福建的荔枝，山东的苹果，天津的鸭梨，兰州的水烟，等等。还有一支专业采购队伍，常年在江苏采

购黄花菜，在福建采购香菇，在广西采购木耳。从而使钱库市场品种多、货源充足，形成了一个综合性的商品批发市场。

钱库镇上每天有530只各类船只进出，来往集镇人数每天达5万人。浙闽二省、六县（文成、泰顺、苍南、平阳、瑞安、福鼎县）的批发商也经常光顾，洽谈批发业务。

钱库市场经营者成功的秘诀在于，尽量减少中间环节，缩短运输时间，不误时令。钱库市场与瑞安、温州、上海都有运货汽车直达。特别是到市场旺季，经常有盛装百货的汽车从上海直达钱库，或从温州、瑞安等地购进大量布料、膨体纱等。钱库市场上经营方针灵活，上市商品勤进快出，很少有商品积压的现象发生。从而使资金周转率比当地的国营商业快三倍左右。经济效益普遍高于国营商业，也高于供销社。

八、靠信息灵敏起家——金乡小商品市场

苍南县金乡镇是一个滨海小镇，历史上具有家庭手工业基础。60年代开始，从生产小五金逐步转到生产各种铝制徽章。70年代初又开始生产塑片和红膜。但是，在“左”的路线的长期压制下，家庭手工业发展缓慢，甚至不得不处于“地下活动”的状态，致使金乡镇人民温饱问题长期得不到解决。1978年，全镇及郊区剩余劳动力3757人，占全镇劳动力总数的50%。人均年收入只有20元，“金乡”成了“穷乡”。

党的十一届三中全会以来，金乡镇的传统手工业得到了勃兴。过去被当作“搞资本主义地下活动”而遭受打击的能

人，成了发展商品生产的带头人。现在该镇在原来生产铝制标牌、塑片和红膜的基础上，又开发了各种规格的绦纶商标等新产品，从而形成了以铝制标牌、塑片、红膜和绦纶商标等四类商品为主的较大规模的小商品生产基地。

金乡“四小”商品生产的发展促进了市场的形成。市场每天上市摊位约230个，交易人数约600人左右，年成交额约3000万元，商品销往全国各地，以城市为主。

金乡小商品市场具有两个鲜明的特点：

其一，市场信息反映特别敏感。金乡人民对市场信息反馈的敏感程度令人难以预料。当报纸上刚刚报导了农村信用社体制改革的消息，立即有人设计了“社员股金证”、“信用卡”等产品，向全国各地征求订货。当某省运动会还在筹备的时候，有人已设计出了精美的纪念章。随着“信息热”的掀起，各种信息机构也相继建立，既有集体的，也有个体的。1984年6月，金乡镇成立了“金乡科技经济信息协会”，吸收了72个专业户参加，促进了全镇信息服务的专业化、社会化。目前，协会已同全国上百个科研单位、大专院校、信息机构建立了交流信息关系。在北京、上海、杭州、西安等地建立了信息联络站，搜集信息的范围既包括产品供求信息，也包括科技信息、人才信息、咨询服务信息。一个有一定规模的信息市场在金乡镇已经形成。在温州农村十大商品市场（或产销基地）中，金乡镇的信息市场规模最大、从业人数最多、搜集信息范围最广、信息反映最灵敏。金乡小商品市场的兴旺发达，离不开信息市场为之提供的服务。可以说，金乡小商品市场是靠消息灵敏起家的。

其二，推销商品主要不靠农民购销员，而是靠信函联

系。

在温州农村十大商品市场之中，有九大商品市场是靠农民购销员推销商品的，唯独金乡小商品市场例外。这是因为，金乡镇生产的徽章、塑片、红膜、标牌等四小产品，价值低，利润薄，销售市场面广、零星分散，每个用户往往订货不多，靠农民购销员四处奔跑推销商品会造成流通费用过高，得不偿失。在这种情况下，聪明的金乡人创造了一个独特的业务联系方式——利用信函联系购销。他们订来全国各地的报纸，分析各处的需要，做出样品，然后以发信的方式征求订户，按订户提出的数量、规格、交货时间的要求，交厂家组织生产。1977年以前，金乡镇的日发信件仅300封，1977年以后上升到13万封，其中90%以上是金乡小商品市场发出的联系购销业务的信件。为适应邮寄业务量的急增，形成写信、写信封、封口、贴邮票、送寄等专业分工。信函联系购销业务这种独特的方式，使金乡小商品市场的活动半径不断延伸，空间范围不断扩展，时间节奏不断加快，从而进一步促进了商品生产的发展。据长期资料累计统计，一封业务信可获产值1元左右。金乡人赞誉："小小'三分钱'，立下了大功劳！"确实，不只是农民购销员搞活了流通，金乡人利用"三分钱"同样也搞活了流通！

九、浙南地区的水果集散中心——鹿城区干鲜果市场

鹿城区干鲜果市场座落在温州市南郊，是专业性的水果批发市场。市场上荟萃了全国各地的名特产品。有山东的苹

果、河北的鸭梨、福建的桂圆、广东的香蕉、海南的菠萝、新疆的葡萄、黄岩的蜜柑，以及温州本地的瓯柑、杨梅等，四季水果琳琅满目。如此广泛的辐射面，使这个市场成为浙南地区的水果集散中心。

鹿城区干鲜果市场于1986年2月成立，占地面积6600平方米。市场经营者中，有国营商业6家，集体商业33家，个体商业49家，此外，还有个体露天摊位100多户。每天交易人数达3000人，分别来自温州市各县（区），主要是丽水、金华、台州等地，以及上海、江苏、安徽、江西、福建等省市。他们之中，有的是国营、集体商店的采购员，有的是个体商贩和农民商贩。特别是市场毗邻各县的妇女，纷纷走出家门，来到市场贩销水果，成为农民商贩中的主力军。她们每天贩上一、二百斤水果，走街串巷，挑着叫卖，既方便了群众，又扩大了市场的销售量。市场平均日成交量100多吨。1986年成交额2498万元。1987年成交额为3131万元。

鹿城区干鲜果市场具有下列两个明显的特点：

一、市场上多种经济成份并存，国营、集体、个体的经营者都参与市场经营。国营商店本钱雄厚，又具有一些经验丰富的经营人才。集体商店实行承包责任制后，经营活力大为增强。国营、集体商店的经营者成为市场上强有力的竞争对手。1986年，该市场国营商业的水果成交额为100万元，集体商业的成交额为1220万元。两项合计为1320万元，占市场成交总额的1/2以上。由于多种经济成份参与市场竞争，形成了激烈竞争的局面，促进了市场繁荣与物价的稳定。

二、市场为经营者提供全方位的服务。市场内设有工商、税务、治安等管理机构，对市场的经营者实行工商登记、发

报验单、征税查税、维持秩序等方面的工作。银行也在市场开设营业部，为经营者提供信贷、汇款服务。市场上还建立了运输装卸队，司秤服务队。同时，还向经营者提供饮食、住宿、诊治、仓储等方面的服务，使经营者既有安全感，又能比较方便地开展经营。

十、浙南地区最大的建材市场——北白象建材市场

乐清县北白象镇建材市场是浙南地区最大的建材市场。该市场占地面积10000平方米。其中棚内市场面积6500平方米，露天市场占地3500平方米。经营品种有钢材、水泥、木材、沙石、玻璃、面砖、涂料、建筑五金、三合板、室内装潢材料等。钢材的品种有螺纹钢、盘钢、角钢、工具钢、钢板等。水泥的品种又有黑水泥、白水泥等。品种规格齐全。市场上经营的物资，均为议价进，议价出。如钢材、水泥，都是向生产厂（钢铁厂、水泥厂），或者向物资部门、建材部门采购的议价钢材、水泥。

市场上的经营者共140余家，有国营、集体单位，也有个体户。其中经营钢材的有24户，经营水泥的有21户，经营木材的有65户，经营五金装潢材料的15户，经营其它项目的10多户。除陆地上的市场之外，河道上每日还有外地来此出售黄沙、石子、砖瓦的农船，少则20多只，多则40余只。每日上市交易人数达500～800多人。“三材”（钢材、木材、水泥）是该市场上的拳头商品，它们的上市量，在相当程度上反映了市场的规模与实力。据近几年的数字测算，钢材每日

上市量为300余吨，水泥为1500吨，木材为1500立方米。1986年，该市场“三材”成交量和成交额是：钢材成交量为5300吨，成交金额为950万元；水泥成交量为25200吨，成交金额为550万元；木材成交量为5940立方米，成交金额为270万元。“三材”成交总金额为1770万元。1986年全市场成交总额为1840万元。“三材”的成交额占市场成交总额的96%。其它建筑材料成交额为70万元，占市场成交总额4%。1987年成交额约为2000万元左右。

北白象镇建材市场的形成，经历了漫长而曲折的道路。1976年前后，丽水、永嘉等地的木材顺瓯江流经乐清北白象镇时，时有出售。一个木材市场此时就时隐时现地出现了。1980年以来，随着农村乡镇企业、家庭工业的发展，以及农户建房数量的增加，迫切需要能及时购买到建筑材料。而当时农村没有几家有计划内的建筑材料供应。农民购买建筑材料十分困难。在供求矛盾尖锐之际，一些有经营能力的农民便做起贩卖木材、水泥的生意。当时，工商行政管理部门从实际出发，采取了灵活的措施，没有把它管死。1984年初，北白象镇先后出现了出售建筑小五金、室内装潢材料的商店。后来建筑材料的品种逐渐增多，终于形成了一个规模大、品种多的建材市场。

北白象镇建材市场的形成，对当地农民的生产和生活极为有利。在生产方面，它满足了农民发展乡镇企业、家庭工业对“三材”的需要。如果没有这样的建材市场，国家又没有计划的“三材”供应给农民，那么，乡镇企业、家庭工业将会遇到难以克服的困难。在生活方面，建材市场满足了农民建房对“三材”的需要。特别是由于该市场建材的品种、规格齐

全，农民来市场一趟，往往可以买到自己所需要的一切建材，十分方便。

为了帮助读者了解十大市场的规模和辐射面，制简表如下：

温州民间十大商品市场简表

市场名称	所在地	日交易人数（人）	年成交额（万元）	来源或成品来源	商品销往何处
柳市五金电器市场	乐清县柳市区	25,000	14,700	全国各地	全国各地
桥头钮扣市场	永嘉县桥头镇	3,000	8,460	全国各地	全国各地
虹桥农贸市场	乐清县虹桥区	60,000	7709	浙、闽、苏	浙、闽、苏
瑞安城关工业品市场	瑞安市城关	20,000	10,000	部分省、市	全国各地
树贤编织袋市场	平阳县树贤乡	—	10,000	本地为主	全国各地
宜山再生腈纶纺织品市场	苍南县宜山区	10,000	7000	全国各地	全国各地
钱库综合商品市场	苍南钱库镇	50,000	7600	部分省、市	浙闽二省十县
金乡小商品市场	苍南县金乡镇	600	3000	全国各地	全国各地
鹿城区干鲜果市场	温州市南郊	3000	3131	全国各地	本地及邻省
北白象建材市场	乐清北白象镇	500～800	2000	浙、苏、沪	本地为主

第　四　章

民间市场的主体——农民购销员的作用和意义

活跃在温州农村商品流通领域中的主体是农民购销员。与全国其他地区相比，温州地区的农民较早进入了流通领域，并以其特有的素质和所起的作用，引人注目。

温州农民购销员人数众多，发展迅速。在短短的九年时间内，从几十人、上百人起步，发展到1984年10万人，1987年又发展到14万人。

农民购销员分布极广，遍布温州农村各个县、区、乡、村，但是，在商品经济发达的地区，购销员也就相对集中。十大商品产销基地就是购销员最为集中的地方。乐清县柳市低压电器产销基地有农民购销员1.3万多人。永嘉县桥头钮扣产销基地有购销员1万多人。苍南县宜山腈纶纺织制品产销基地有购销员8400多人。有些地方还形成了购销员的专业乡，专业村。瑞安市鲍田乡鲍前村，仅有93户人家，就有65名购销员，每年推销商品的产值在1亿元以上，成为购销员专业村。

农民购销员队伍是由各种职业的劳动者转化而组成的，有从事耕地经营的农民、乡镇企业职工，还有村干部、复员转业军人、民办教师等等。但是他们中有相当比例的人，是

从弹棉花、从事手工业、做小生意等行业中转化而来的。这些人足迹踏遍大江南北、长城内外，都市通衢、穷乡僻壤，活动范围极广。他们经过风雨，见过世面，受到了锻炼。长期外出活动的实践，培养了他们交往的才干，积累了经商的经验。熟悉了各地的风土人情、生活习性、资源条件和市场供求的情况，联系了不少有稳定关系的渠道，为后来开展购销活动打下了良好的基础。

农民购销员中70%左右的人是20至40岁的中青年，并具有初、高中文化程度。由于是以中青年为主，且有一定的文化素养，因而他们思想敏锐，了解现代人的消费观念和消费行为，能及时捕捉市场信息，对市场预测也有一定的超前性。

农民购销员敢冒风险，不怕失败。购销员外出，碰壁扑空是常有的事，跑了一年半载没办成一件业务的购销员也大有人在。亏本赔钱的情况也屡有发生。但他们从不灰心，吸取教训，继续干下去。他们还具有吃苦耐劳的素质，走遍了千山万水，想尽了千方百计，说出了千言万语，吃够了千辛万苦，为成千上万个家庭企业承接业务，签订合同，采购原料，推销产品。

农民购销员不属于某一个工厂，可以同时为众多的厂家服务。他们是独立的、专门从事购销活动的社会集团。他们的收入来源与国营、大集体企业的购销员不同，不是拿企业发给他们的工资、奖金和出差补贴。而是拿商品销售的地区差价，或者是按销售额提取一定比例的业务费。因此，农民购销员中的多数人实际上是一批中间商。

农民购销员队伍经历了从无组织性到有组织性的演变过程。在温州农村商品经济发展的初期，由于家庭工业规模小、

产量低，对能源、原材料的需求量也较少，因而商品流通量少。加上这个时期，竞争还没有充分展开，商品交换关系简单，市场透明度高，单个的购销员可以凭经验对市场的动向作出判断，这就使得这个时期的农民购销员能够单独行动、分散经营。随着家庭工业的发展，商品流通量的增加，市场规模的扩大和交换关系的复杂化，凭个人的经验已不能判断市场的动向。建立在个人搜集信息基础上做出的决策，由于其信息范围和信息量很有限，难免挂一漏万，很难保证决策的准确性。在这种情况下，农民购销员便从自发到自觉地组织起来。开始是基于血缘和亲友关系，三、五个人合伙进行购销活动；尔后便挂靠在县、乡、镇各级办的“工业供销公司”上。“工业供销公司”是专门管理购销员的组织。规模有大有小。从管理几十人到上千人不等。但多数“工业供销公司”的规模是管理二、三百名购销员。数百名购销员集中在这个组织内，可以在一定程度上对信息进行统一分析，统一处理，集思广益，集中决策。这样，既能提高决策的准确性，又能大大节省交易费用。

温州农村商品经济九年来的实践表明：农民购销员对搞活流通，促进商品经济市场的形成和发展起到了决定性的作用。

首先，农民购销员是商品市场的开创者。熟悉温州农村市场形成历史的人都知道，一些规模较大、有一定影响的工业品市场，往往是先有购销员尔后才形成市场。如桥头钮扣市场的形成过程，就是先由购销员从外地带回钮扣在桥头镇出卖，效仿者越来越多，逐步形成一个专业市场，然后在专业市场的周围逐渐发展起众多的家庭工厂。苍南县宜山区再

生腈纶市场的形成，起因于一个普通的农民购销员赵开良。赵原先从事土布的购销业务，1978年6月，他到邯郸市一家废品收购站推销编织袋，作为交换条件，对方提出要赵开良推销该站80吨腈纶边角料。赵开良毅然接受了对方的条件，将五角钱一斤的廉价边角料带回家乡。当地农民陈光友兄弟俩攻克了腈纶边角料开花的技术难关，"当代黄道婆"——七十多岁的孙阿荼老太太改造了纺纱机，纺出了再生腈纶纱，投放到市场，一个再生腈纶市场就这样形成了。这些事例说明，农民购销员对商品市场的形成起到了开路先锋的作用，是商品市场的开创者。

第二，农民购销员沟通生产与消费之间的联系，扩大了商品交换范围。

温州农村商品生产发展靠的是流通环节的畅通。农村家庭工业生产，能源、原材料的供应，产品的销售均没有计划渠道，国营、集体的商业部门也不为之提供服务。如果没有农民购销员加入流通领域，这样的商品生产一天也存在不下去。农民购销员的介入，在商品生产者和商品消费者之间架起了一座桥梁，使家庭工业产品的价值能及时实现，再生产能持续进行。而且，由于温州的购销员渠道多，联系面广，在全国范围的大舞台上活动，从而形成了遍布全国城乡的流通网络，有效地扩大了温州家庭工业产品的交换半径，使温州家庭工业产品能借助于购销员的活动而同全国范围内的广阔的市场保持密切的联系，实现了家庭经营条件下的规模经济，形成了"小商品、大市场"的局面。

第三，农民购销员是经济信息的传递者，引导农村商品生产向高层次跃进。

农民购销员在推销商品、联系合同业务的同时，也就了解了消费市场。他们注意了解全国不同地区、不同层次、不同年龄的消费者的需求差异，注意了解需求变化的趋势。还特别注目别人不愿生产、不能生产，而市场上又需要的商品。把这些需求信息及时反馈、传递给生产者。乐清县柳市区13000个购销员，每年可提供有关产品需求情况、价格行情、品种规格等经济信息电报2万份，还口头传递各种信息。农民购销员传递的信息要比报刊、杂志上介绍的信息，更生动具体，实用价值高。这些信息的传递，使生产者能按消费需求的变化及时调整产品、产业结构。值得指出的是，温州的家庭工业是以生产生活消费品为主。在消费市场上，生活消费品需求变化的速度要快于生产资料的变化速度。随着人们生活水平的提高，随着市场竞争的日益激烈，消费品需求的变化呈加速度进行，花色品种日新月异，没有一种永远受消费者垂青而称霸市场的商品。若不及时掌握生活消费品变化的现状和趋势，那么，温州的家庭工业便会同市场需求脱节而难以生存。温州14万农民购销员提供的"信息流"，把温州千家万户分散的家庭工业生产，同全国范围内千变万化的市场需求衔接起来，从而使温州的家庭工业生产久盛不衰。群众感激地称购销员为"市场的眼睛"。同时，农民购销员传递信息的结果，使生产者按消费者不断提高的消费需求，来革新生产技术，开拓新产品，促进商品加速换代更新。这就自然而然地推动了农村家庭工业向高层次跃进。

第四，农民购销员对提高温州农村商品经济的经济效益和社会效益，做出了积极的贡献。

农民购销员为家庭工业采购的原料中，废旧物资占相当

大的比例。他们不辞辛苦，跑遍全国各地的工厂，拾这些工厂（特别是一些国营大工厂）之“遗”，将它们丢弃不用的废旧塑料、腈纶边角料和其他废旧材料，用低价收买回来，卖给家庭工厂。这些废旧物资，经家庭工厂处理，造出再生塑料、再生腈纶，就会创造出比它自身价值高很多倍的价值。苍南县宜山镇1985年全年从全国各地纺织厂、服装厂购进腈纶边角料3400万斤，每斤价格为0.5元～1元。经过再生后，造出再生纺织布300万匹，衣裤1.5亿件。产值超过亿元。产值是原料价格的3倍以上。废旧物资的充分利用，从微观经济角度看，降低了家庭企业产品的成本，使其能以价廉的优势打开销路，提高了家庭企业的经济效益。从宏观经济角度看，它增加了社会财富，提高了社会效益。试想，若不是农民购销员，没有哪一个国营、集体单位可以把这些废旧物资搜集起来。这样，不仅这些物资得不到利用，还会污染环境，有害于社会和人民。经农民购销员的劳动，这些废旧物资变害为宝，创造出新的社会财富，产值增加了好几倍。

农民购销员不仅拾大工厂之“遗”，还补市场小商品之“缺”。虽然，小商品与人民群众的生活需要息息相关，但由于利薄，许多国营、集体大厂不愿生产。而农民购销员却看中了这个市场。小商品品种复杂、规格繁多，它的市场分布在千家万户，分布在全国城乡市场的夹缝中，具有极大的分散性，全靠众多的农民购销员四处寻找市场的“夹缝”，见缝插针，才使得温州家庭工业得以生存和发展。这对家庭工厂来说，获得了它应得的经济效益；对全国城乡的人民群众来说，避免了因买不到小商品而给生活带来的诸多不便。小商品的社会效益得到体现。

只要粗略考察一下温州农村的商品经济，就不难发现它是一种“市场带动型”的经济。生产由市场带动，由市场组织，由市场导向。市场机制的运行无疑是温州农村整个商品经济形成和发展的保证。而农民购销员开创了农村商品市场，沟通了生产与消费之间的联系，传递了市场的信息。农民购销员是市场机制运行的导演，并通过市场机制的作用，维持、推动和发展了家庭工业的社会再生产。因而，农民购销员是温州农村商品经济实际上的组织者和指挥者。

农民购销员的出现，是我国流通领域内的一件新事物。尤其是温州农民购销员提供的经验，值得重视。农民购销员作为农村商品流通领域中的主体，不仅仅是一般地搞活了流通，它还具有自己独特的、国营、大集体企业经营人员不具备的优势，从而为商业经济体制改革提供了新鲜的经验。

首先，农民进入流通领域，开创了新的流通格局。

长期以来，农民被完全排斥在流通领域之外。他们只有生产权，没有经商权。农民经商，会被扣上“弃农经商”的大帽子进行批判。然而，在一个农民占总人口80%的大国里，农民可以从事商品生产，势必使商品可供量大量增加；而农民不可以从事商品流通，流通环节操纵在为数甚少的国营、集体企业手中，这就形成了一个解不开的矛盾，使生产环节与流通环节严重脱节。生产与流通环节的脱节，必然要制约农村商品生产。同时，农民自身的利益也会因“官商”的某些行为而受到侵犯。近几年来，由于新旧两种体制的交替，旧的流通渠道已有所不畅，旧的流通格局已开始失效。在这种情况下，农民进入流通领域，并形成具有一定规模的商业集团，打破了国营、集体商业部门对流通环节的垄断，结束了“千家

万户搞生产，单一渠道搞流通”的不正常的局面。开创了在流通领域中“国营、集体、个体”一起上，多渠道搞活流通的新的流通格局。这种新格局的形成，调动了多方面的积极性，推动了国营、集体商业部门的改革，有利于国营、集体、个人经商者在相互竞争中，取长补短，提高经商能力和服务质量。这种新格局的形成，使农民在流通领域中成为一支不可替代的有生力量，有力地破除了“农民不能经商、不会经商”的偏见，以及受旧体制影响而长期形成的其它各种偏见。

农民进入流通领域，有了进行商品交换的自主权，出于实现商品价值的利益推动，就会不遗余力地突破传统的地域封锁和所有制界限。从而改变了那种以所有制和行政区域为界而造成的流通滞阻的状况。这样，有利于促进城乡统一市场的形成及市场机制的发育，有利于全方位流通网络的形成。

农民进入流通领域，可以填补某些地方（例如偏远的农村、山区）、某些商品（如品种繁多，利润又少的小商品），国营、集体商业部门不愿经营的市场空位。既满足了人民群众的生活需要，又增加了商品流通量，提高了流通效益。农民进入流通领域，在商品经济的大课堂里，自身也受到了教育和锻炼，增长了才干。并对其他的农民起到了示范作用，有助于改造全体农民的小生产意识，自然经济意识，增强商品经济意识。

第二，农民购销员经营上的积极性、开拓性，启迪我们要用改革的办法，消除国营、大集体商业企业经营上的弊端。农民购销员与国营、集体商业企业的经营人员不同，他们没有大锅饭可吃，也没有历史上形成的经营垄断权。相反，受某些“左”的政策的影响，他们还常常处于受歧视、被排斥的地

位。面对着激烈的市场竞争，只有靠自己的辛勤劳动和经营本领才能站稳脚跟。

农民购销员推销的是家庭企业的产品，代表的是千千万万个家庭企业的利益。而他们自身的利益也融合在这千千万万个家庭企业的利益之中。他们必须努力实现家庭企业产品的价值，在保证家庭企业利益的同时也实现了自己的利益。由于这种利益上的直接性和一致性，农民购销员开展经营活动有极大的积极性、主动性和开拓性。

农民购销员为了最大限度地实现家庭工业产品的价值，能想方设法，不断开辟新的市场。他们根据产品的自然属性，向全国城乡及不同层次的消费者展开攻势，挖掘人们的消费潜力。他们特别把着眼点放在城市国营、大集体商业不愿涉及的偏远的地区、农村，及县以下的基层单位。一个地方的市场饱和了，马上就转移到另一个地方。就象蜜蜂王国里的工蜂一样，一块蜜源采完了，又去寻找新的蜜源。农民购销员对几万元、十几万元的大生意乐意做，对千把元，甚至只有几百元的小生意也乐意去做。他们不计较订户购买商品量的多少，而是通过增加订户来扩大自己的经营范围和业务额。他们能根据当地市场供求状况的变化，价格随时可升，随时可降，灵活、迅速地推销商品。他们态度热情，服务周到，主动介绍商品知识，代办邮寄、运输，送货上门，方便用户，完全没有国营商业人员的官商作风。这样，于无形中增加了商品的销售量。

相比之下，国营、大集体商业企业的经营人员，远远不具有农民购销员那样的经营积极性和开拓性。他们经营上的惰性是显而易见的。我们从农民购销员的身上可以得到启发，

从中找出消除国营、大集体商业企业经营惰性的办法。国营、大集体商业企业经营惰性，一是来源于吃大锅饭的旧的商业体制。农民购销员关心经营状况的好坏，是因为经营状况如何是同他们的切身利益紧密联系在一起的。而对于吃大锅饭体制下的国营、大集体商业企业的经营人员来说，企业的经营状况同他们的利益不发生直接的联系。因而，他们对企业的经营好坏也不关心。解决的原则就是要将国营、大集体商业企业的经营成果同职工的利益挂起钩来。对国营、集体企业的经营采取承包制、租赁制，就是符合这个原则的有效措施。国营、大集体企业经营惰性，二是来源于历史上形成的经营垄断权。只准我经营，不准你经营。凭这种经营垄断权，就可以不费力气地取得垄断利润。由此而形成官商作风。当然，为了稳定国家财政收入，稳定市场，国营商业对某些商品的批发环节，例如对烟、酒的批发环节实行垄断是必要的。我们所反对的仅仅是凭借自己的"特殊"地位，对不应该实行垄断的商品和环节也实行垄断。农民购销员作为一支重要的商业力量崛起于流通领域，使各种经济成份、多渠道搞流通的格局正在形成，国营、大集体商业企业的部分经营垄断权正在逐步消失。

第三，农民购销员的购销方式，启迪我们要减少流通环节。

多年来，流通体制中的弊端之一，就是流通环节太多。产品从生产者到消费者，中间要经过多次倒手。这样，不仅商品要产生物质损耗，价格也会上涨。使消费者吃亏，对生产者也无益。利益流失在流通环节中。目前，这种现象已在社会上产生，并有越来越严重的趋势。值得我们警惕。

温州农民购销员通过他们的购销活动，大大减少了流通环节，从而有效地防止了利益在生产者和消费者之间的中间环节流失。家庭企业产品通过农民购销员直接卖给了用户；能源、原材料通过农民购销员直接卖给了家庭工业的厂家。除了农民购销员的购销环节之外，不再经过其它任何环节，从而使温州农村商品经济的流通领域具有层次少、环节少的特点。由于减少了流通层次和流通环节，避免了原材料和产品在流通过程中多次转手倒卖，使价格一提再提，生产者和消费者都不能得利的现象。结果是，家庭工厂原材料进价降低，节约了产品成本，使家庭企业的产品始终能保持价廉的优势。这种价廉的优势，可以说是温州家庭工业的生存线、生命线。离开了这个优势，温州家庭工业就无法生存下去。这对于生产者和消费者都有利。温州购销员的这种购销方式，是对多年来我们流通领域中“渠道少、层次多、环节多”的否定。它启迪我们：要保持商品经济的生命力，务必要减少流通环节。这样，才能保护生产者的利益，调动生产者的积极性；维护消费者的利益，保护消费市场，使其反作用于生产。

第四，为企业提供产前的流通服务，才能使产销完全衔接。

购销员为家庭企业提供的服务是以产前的流通服务为主。购销员从外地带回生产合同，交给家庭工厂根据合同按质、按量生产，按时交货。这样，企业产品在未生产出来之前，它们的销路就已经打开。这种产前的流通服务，使企业能真正做到以销定产，产销在同一时间里结合起来，避免了产品积压滞销，甚至也不需要仓库储存。无仓库储存，大大加速了资金周转，降低了流通费用。在桥头钮扣产销基地，

商业资本周转期仅有20天左右。

而我们现在的企业（包括国营、集体企业，甚至也包括乡镇企业）由于是先生产而后由供销员推销产品，难以保证产销的完全衔接。因为这种供销员为企业提供的是产后的流通服务。即使是作了市场预测，但市场预测很难保证没有差错，市场形势也是千变万化的。有些因素是不可预测或很难预测的。因而，仅凭市场预测，先生产后推销，产销是很难完全衔接得起来的。某些产品积压滞销就是一件难以避免的事。特别是国营企业仓库储存时间长，资金周转慢，流通费用高，还会导致部分产品霉烂、生锈、变质。因此，我们认为，为企业提供产前的流通服务是一件值得大力提倡和推广的新事物。它为商业体制改革提供了有益的经验。如果我们能在这一点上有所突破，将会使我国商品经济的节奏大大加快，效益大大提高。

第五，农民购销员的作用表明，中间商对搞活流通具有重要意义。

前面曾经指出，从温州农民购销员的构成和收入形式来看，农民购销员实际上是一批中间商。农民购销员在流通领域中所起的作用表明，搞活流通离不开中间商。他们的作用是单个企业的购销员代表不了的。

首先，随着生产社会化的发展，生产规模越来越大，社会分工越来越细，生产专业化程度越来越高，商品的交换范围将日益扩大，品种结构也会日趋复杂化。面对着这种复杂的商品交换关系，分散在千家万户单个企业的购销员力量分散，形不成一支群体力量。他们联系面窄，渠道少，适应不了这种需要。而中间商长期以购销活动为专门职业，有丰富

的经商经验，了解市场行情，熟悉购销渠道，办事效率高。能形成群体效益。

其次，由于农民购销员以中间商的资格加入流通领域，使众多的厂家都通过它与消费者联系，可以大大减少流通次数，例如，5个工厂要与10个消费单位直接联系自销产品，销售活动次数为5×10＝50次，而以一个中间商为这五个工厂的代理商，则销售活动次数为1×10＝10次。销售活动次数的减少，意味着流通时间和流通费用的减少。从全社会角度看问题，在流通领域中使用中间商能以较少的“投入”，换取较大的“产出”，带来较高的流通效益。

现在，国营、集体和乡镇企业家家自跑供销，弊端不少。购销员属每个企业所有，只为这个企业服务。任务单一、业务不精、牵制的人力不少，效率并不高。其作用远远比不上专业化跑供销的中间商。为了加速我国商品经济的发展，不妨提出一个大胆的设想，即在全国城乡努力造就一批年纪轻、有文化、讲道德、熟悉商品流通、跨行政区域和不同所有制的中间商。有了这样的中间商，流通渠道才能真正畅通，市场才能真正活起来，我国的商品经济才能提高到一个新的水平。当然，中间商中的某些人经营作风不正，不讲商业道德，非法牟取暴利，这是要反对的。但这是具体人的经营作风问题，不能因此而否定中间商这种形式。

在对待中间商的态度上，要澄清一些模糊认识。有人认为，中间商居中剥削，是剥削分子。某些生产者认为，中间商赚了自己的钱，分割了自己的利益。这些看法是不妥的。

中间商从事购销活动，四处奔波，绞尽脑汁，付出了繁重的脑力劳动和体力劳动，属于劳动者。虽然他们的劳动发

生在流通领域，但正是这种劳动实现了商品的价值，是社会再生产所绝对必需的。付出劳动得到的报酬，与剥削没有共同之处。中间商不是剥削分子。

当然，在现实生活中，有些中间商的收入过高，大于他的劳动所得。例如，温州农民购销员中的少数人，利用商品地区之间的差价，很快暴富起来。这里有不合理的成份，含有剥削的因素。但是，不能以偏概全，仅仅根据这一点而把中间商说成是剥削者。况且，还要看到，造成这种"剥削因素"存在的经济根源，是由于流通渠道不畅，价格体系发生严重扭曲。由于价格体系的扭曲，商品地区差价过于悬殊，使某些购销员有空可钻。随着我国经济体制改革的深化，价格关系的理顺，商品地区差价将趋于缩小，购销员的收入也将逐步趋向合理化。造成商品地区差价悬殊的原因，又在于商品流通渠道滞阻，竞争没有充分展开。全国范围的购销员队伍人数少，素质差。如果我们能较快地造就人数众多、素质较好的中间商，不仅能搞活流通，而且使之展开充分、激烈的竞争，其结果，中间商也只能得到和社会上其他职业者大体相同的平均利润。这从另一个角度也只能说明，造就中间商的必要性，而不是要取缔中间商。

至于有些生产者认为，中间商从中渔利，赚了自己的钱，这是狭隘的小生产的观点，是自然经济利益观的反映。前面已经分析了中间商的优势。由于中间商具有别人不具有的、多方面的优势，往往能做成别人做不成的生意。不让他赚小钱，你就赚不来大钱。自然经济的利益观，把利益的存在看成一盆水，你掏去了一瓢，我就少了一瓢。实际上，在商品经济的条件下，利益的存在如同一口井水，掏了一瓢，还会再生出一瓢。

问题是在于要挖掘水源。中间商所做的工作，就是开拓市场，挖掘水源的工作。他不仅不损害生产者的利益，相反，他们的利益与生产者的利益是融合在一起的。在实现自己利益的同时，为生产者带来更大的利益。

凡是到温州参观的人都有这样的疑问：为什么温州农民购销员人数如此之多？这是不是正常现象？我们的回答是：这是不正常现象中的正常现象。温州农村涌现出这么多的购销员，是全国范围内流通环节过于滞阻造成的。要打通严重梗阻的流通渠道，人少了是不行的。从这个意义上说，这是不正常现象的产物。但是，涌现出这么多购销员并不是哪个政府或领导决定和组织的，而是自发形成的（之所以能自发形成，本身就说明有这个需要）。是在特定的条件下，由特定的流通格局决定的。这主要是因为，温州农民购销员经营的是小商品。小商品品种繁多、规格复杂，市场分布全国各地。许多市场在遥远的大西南、大西北和一些交通不便、偏僻的山区、农村。这种市场格局，决定了需要有众多的购销员才能打通渠道，占领市场。可以设想，随着流通体制改革进一步展开，全国范围内流通环节畅通以后，农民购销员的人数将会自然减少，转而从事其他行业。

温州农民购销员对温州农村商品经济的发展做出了重大的贡献，是发展商品经济的先锋、能人。但这并不说明这支队伍没有问题。可是有人讲的温州的购销员“行骗全国、行贿全国、流毒全国”，是一支“腐蚀大军”的说法也是不符合实际的。温州市委政策研究室曾抽样调查了147名购销员，他们可分为三种情况：

第一种，能遵纪守法、经营作风正派的。有60人。约占

41%。他们中有的是替对方推销积压产品，或供应对方急需产品。这类的供销员一般都对产品质量严格把关，因而与对方建立了稳定的信誉关系。

第二种，是经营作风尚好，但也有一般的请客送礼行为的，有77人，约占52%。

第三种，是经营作风不正，有违法乱纪，行贿行为的，有10人，约占7%。

可见，90%以上的购销员经营作风是比较好的。否认农民购销员队伍中存在的问题，或者夸大问题的严重程度，都是片面的，不是唯物主义的态度。

今后，对这支队伍要加强教育管理和引导，对其进行法制和职业道德教育，提高这支队伍的素质。对十万购销员要逐一登记注册，确认其合法地位，组织他们成立自己的行业协会。要引导购销员进一步发挥其作用，使之打破目前仅仅为家庭工业服务的限制，延伸到为整个社会的商品流通提供服务，包括为城市国营和集体企业提供服务。事实上，有些购销员已经这样做了。例如，桥头钮扣市场上的购销员就为众多的国营和集体工厂推销钮扣。但从14万购销员这支队伍的整体来看，提供这种服务的只是少数人，远不够普遍和广泛。如果能普遍提供这种服务，无疑将对温州城乡商品经济一体化及其进一步发展，产生巨大的促进作用。

第 五 章

民间市场的特点和趋势

温州民间市场富有自己鲜明的特色，概括起来为以下十大特点：

一、市场体系：完整性

温州的民间市场不仅数量多、布点广，而且各类市场俱全，体系完整。在温州农村，商品生产是一个供、产、销的全过程。其中供和销的活动都是完全通过民间市场进行的。从投入看，有各种生产要素市场。如，生产资料市场、资金市场、技术市场、信息市场、劳务市场等。从产出看，有生活消费品市场，还有房地产市场、文化市场等。从投入产出链条看，已初步形成了各类市场相互配套的、比较完整的市场体系。实践证明发展农村市场，仅仅满足于建立推销家庭工业、乡镇企业产品的市场是不够的，还要着眼于建立为农村商品经济扩大再生产服务的市场体系。这类市场的情况已在第二章作了专门介绍，这里不再论及。

二、市场结构：群体性

市场形成群体性的结构，是温州农村商品市场的又一特

点。例如，宜山再生腈纶纺织品市场，是由甲底村童衣裤市场、甲底村布角一场、布角二场、新西河再生腈纶纱市场、再生腈纶衣裤一场、二场等六个分市场组成。虹桥农贸市场是由粮食、水产、农副产品、畜产、饲料、水果、禽蛋、木材、竹类、木制品、废旧品、小商品、农用生产资料、柴草等14个分市场组成。在温州市近郊也形成了大米、饲料、黄豆、干鲜果、肉禽蛋等群体化农副产品市场。

每一个群体化市场体系，都由若干个在空间位置上连成一片的分市场组成。这些分市场之间既有明确的分工，又有互相协作、互相依存的关系。例如，宜山再生腈纶纺织品市场的六个分市场中，有的专门为生产者提供腈纶布角等原料；有的经营腈纶纱等半成品；有的专门销售腈纶衣裤等成品。虽然它们之间有这样明确的分工，但是，没有原料就没有半成品，没有半成品就没有成品。从原料到半成品，再到成品，是一个完整的生产过程。因而，原料市场、半成品市场、成品市场之间存在着紧密的依存关系。当然，并非所有的群体化市场体系中的分市场都存在这种依存关系。但是，它们之间都存在不同形式的合作关系。市场群体化的形成，既发挥了分散的、专业化经营的优势，方便了群众购买；又充分利用了市场空间，增加了商品的品种、规格和销售量，扩大了市场经营规模，形成了规模经营效益。市场群体化的形成，打破了地区之间、部门之间对商品流通的封锁，突破了按行政区划统一收购、统一供应的旧的流通体制，符合商品流通规律的。

三、市场分布：不平衡性

温州农村市场的空间分布具有不平衡性。虽然温州农村市场数量多、布点广，遍及农村各个地区，但是，各类市场在不同地区发展又是不平衡的。农村市场分布的不平衡性，归根到底，是由温州农村经济发展不平衡性所决定的。

第一、市场集中在商品经济发达地区。

1986年，全市城乡 482 个市场，它们的地区分布如下：

单位：个

全市	乐清县	瓯海县	瑞安县	平阳县	苍南县	泰顺县	文成县	永嘉县	洞头县	鹿城区	龙湾区
482	80	26	90	75	101	37	28	12	5	25	3

从表中可以看，市场集中在商品经济发达的沿海五个县——乐清、瓯海、瑞安、平阳、苍南。这五个县共有商品市场372个，占全市商品市场总数的77%。这里需要说明的是，瓯海县虽然只有26个市场，但由于瓯海县政府所在地就在鹿城区，因而鹿城区的一部分市场实际上是为瓯海县商品流通服务的。而且，经济发达地区市场规模大、档次高，各类市场都有，特别是技术市场、金融市场、信息市场和劳动力市场的建立和形成，使各类市场之间能协调配套，形成较为完整的市场体系。不发达地区市场不仅数量少，而且规模小、档次低，市场种类以农贸市场为主。由于缺乏金融市场和信息市场，甚至也缺乏技术市场和劳动力市场，因而在这些地区一般都未形成一个完整的市场体系。以上情况说明，市场

的发展和商品经济的发展是成正比例的。没有繁荣的商品市场，就没有兴旺发达的商品经济。事实是，市场的发展带动了商品经济的发展；反过来，商品经济的发展又加快了市场的建设和市场体系的形成。两者相互促进，共存共荣。

第二、市场集中在交通发达地区。

市场的分布除了与经济发达程度有关以外，还与交通因素密切有关。温州农村——无论是经济发达地区还是相对落后地区，市场一般都集中分布在交通发达的地带。例如，柳市、虹桥、塘下、鳌江等地都是交通发达地区，因而也是市场密集的地区。乐清县的柳市镇和北白象镇，位于乐清县西南平原，乐官运河、杭温公路穿镇而过，水陆交通十分发达，因而在这两镇形成了温州农村规模最大的专业市场——柳市低压电器市场，规模最大的生产资料市场——北白象镇建材市场。全市农村最大的柴油市场——瑞安市东山柴油市场，就建立在一条内河码头附近。1987年新形成的平阳树贤编织袋市场所在地——平阳县树贤区，经济并不发达，但紧靠公路，交通便利，接近原材料产地，因而很快就形成了一个规模巨大的市场。相反，洞头县经济并不落后，在温州市属于中等发达程度。但全县只有五个市场，是市场最少的一个县。原因就在于洞头是个海岛，交通十分不便。乐清县东林乡多次尝试兴建市场，均以失败告终。原因也在于东林乡地处偏僻山区，交通太不方便。这里的农民购销员只好外出推销，或在外地兴办市场。无数事实说明，市场形成的因素是多方面的，比如经济实力，善于经商的能人，等等，但交通条件也是其中一个十分重要的因素。没有发达的交通，就没有兴旺繁荣的商品市场。

四、市场类型：四维性

温州农村众多的市场可分为以下四种类型：

（一）产销结合型的市场。这类市场都是设在家庭工业集中的地方；或者是，先有一个市场，然后在市场的周围逐渐建立一批家庭工厂。在温州农村 482 个市场当中，属于这类的市场为数不少。这类的市场一般分布在专业化商品生产比较发达的地区。如：柳市低压电器市场、桥头钮扣市场、宜山再生腈纶市场、金乡小商品市场都分布在低压电器、钮扣、再生腈纶、徽章、卡片等专业化产品生产最发达的地方。这种产销结合型的市场优势是：产销直接见面，从而结合得更加紧密；产品就近投放市场，节约了运输时间和运输费用；市场与生产相互促进，专业化的市场使生产专业化分工固定下来，节约了因产品更新而导致的设备更新费用，提高了企业的经济效益。同时，专业化的生产使产品生产周期短，上市快，使产品的边际收益处于有利地位，提高了市场效益。

（二）商品集散型的市场。这类市场销售的产品大多数不是本地的产品，而是外省、市，甚至是全国各地的产品。交易对象主要是贩运者。如钱库综合商品市场，集中了福建、江西、上海等三省、市的商品，在钱库市场批发，扩散到各地去零售。瑞安市东山柴油市场，集中了东北、华北等地区油田的产品，销售给当地的乡镇企业和家庭工厂。

（三）传统发展型的农贸市场。在温州农村，历史上就有很多以经营农副产品为主的传统的集市。当农村商品经济发展起来以后，在这些传统集市的基础上，形成了一批农贸市

场。与过去的传统集市相比较，这些市场规模大、交易量多、辐射面广，经营的品种虽然仍以农村产品为主，但品种更多了。乐清县虹桥农贸市场就是这类市场的典型。虹桥镇是传统的集市所在地，而现在的虹桥农贸市场已是拥有4000多个摊位，经营1000多个品种，日上市人数达六、七万人，年成交额达4000万元的大市场了。远远不是过去传统集市所能比拟的。

（四）外地域型的市场。

在温州，从市场所在的区域来看，既有本地的市场，也有少数设在外地的市场。这是一种特殊类型的市场。如瑞安县马屿区，有13家眼镜厂，是个生产各种类型眼镜的生产基地。但在本地并没有眼镜市场，而由8000多名推销员，把眼镜推销到哈尔滨、沈阳、吉林、北京、天津、唐山、青岛、乌鲁木齐等市，在这些城市均设有销售点。特别是在江苏省丹阳县设立了一个规模巨大的眼镜市场。又如乐清县大荆区东林乡，是个交通不便、贫穷落后的半山区。这里从清朝就开始了卖土布的历史。1980年开始恢复了卖布生意，现在，有3000人长年在外，在全国各地贩卖布匹。现在，他们已经从流动贩销为主转为定点推销为主，在全国各地设立了推销点。这些市场从“场所”来看虽然在外地，但“交换关系”仍源于温州，属于温州市场的组成部分。

五、市场形式：多样性

从市场存在的形态来看，既有有形的市场，又有无形的市场。全市城乡 504 个市场都是有形的市场。无形的市场包抱：由农民购销员和劳务输出等外出人员的活动而织成的交

换网络；信息市场、技术市场、劳动力市场、民间资金市场中的一部分交换活动；发生在有形市场之外的、面对面的、个别的交换活动，等等。有形的市场和无形的市场之总和，即是广义的市场。这是符合市场本来的含义的。市场是商品交换关系的总和。这种交换关系可以与一定的空间场所相联系(有形的市场)，也可以不与一定的空间场所相联系(无形的市场)。无形的市场对于拓宽商品流通渠道，沟通本地市场与外地经济的联系起着重要作用。无形的市场对温州市场体系的发育起着诱导作用，增加了市场的开放度；同时也增加了市场的管理难度。

从市场经营的范围来分，既有综合市场，也有专业市场。全市500多个市场中，综合市场约占2／3，专业市场约占1／3。十个销售量最大的市场，除钱库市场是综合商品市场以外，其余九个市场均是从事钮扣、低压电器、塑革鞋、腈纶衣裤、徽章等专门产品经营的专业市场。

从市场经营形式来分，既有批发市场，也有零售市场，还有批零兼营的市场。零售市场规模较小，但布点极广，遍布温州农村的各个角落。这样，大大方便了群众购买，增加了销售量。对生产厂家来说，也缩短了运输距离，节约了运输费用。批发市场规模较大，但布点较少，一般都集中在农村中较大的集镇。著名的十大商品市场都是从事批发业务经营的市场，它们都分布在桥头、柳市、金乡、钱库、宜山等重要集镇。批发市场地点集中、规模大，便于经营品种繁多，数量也多的商品。值得指出的是，私人经营批发市场，打破了旧商业体制下私人不能经营批发业务的禁令，启示人们对这个规定要进行某些改革。在苍南县钱库市场，还出现了集

体商业单位向个人经营的批发市场实行再批发。实践证明，除烟、酒等少数商品之外，对一般消费品，特别是小商品，由个人经营批发环节，既能弥补国营、集体商业的不足，又能增加商品流转量。只要加强管理，是可以有步骤地放开的。

六、市场运行：开放性

温州农村的商品市场，有面向全国的市场，也有区域性的市场。但不论是面向全国的市场，还是区域性的市场，都具有开放性。只不过开放程度不同而已。即使是一村、一乡、一区的市场，也向外区、乡、村开放。

那些面向全国的市场，开放程度要比区域市场高得多。例如，十大商品市场的触角伸向全国各地，具有广泛的辐射域。这些市场实行远程贸易。供应家庭工业的能源、原材料从全国各地购进，家庭工业的产品也推销到全国各地。据统计，金乡小商品市场的徽章销售到全国各地。桥头钮扣市场的产品销到全国26个省、市。柳市电器市场、虹桥农贸市场、宜山腈纶市场的商品也销售到全国半数以上的省、市。温州农村商品市场的开放度高，首先是由于温州家庭工业的产品不是为本地消费而生产，而是为全国消费需要生产的。这在客观上要求有一个实行远程贸易、高度开放的市场体系。其次是与农民购销员的努力分不开的。在每个规模较大的农村商品市场都有一批农民购销员，正是他们成年累月在外跑供销，找关系，开辟渠道，才从根本上打破了温州农村商品市场由于地理位置偏僻而造成的封闭型，扩大了商品交换半径，把温州农村有限范围的市场，与全国范围无限广阔的大市场连

结起来。

七、市场经营：开拓性

温州民间市场的经营富有自己的特色，令来温州参观的人赞叹不已。这些经营特色充分表现了市场经营的开拓性。

温州农村市场所处的"硬环境"是不利的。地处浙江一隅，地理位置偏僻，交通不便，与外界至今没有铁路相通，人流、物流的进出主要靠公路运输。而公路路面质量很差，事故频繁，令人望而生畏。这在一定程度上影响了人们来温州做生意的兴趣。这种不利的"硬环境"需要有一个优越的"软环境"——良好的经营之道来弥补。温州人多年来的经商实践，造就了一批市场经营的能人。市场经营的开拓性来源于这些市场经营者的开拓精神。他们远见卓识，头脑敏捷，提出并实施了一整套良好的经营之道：

第一，根据温州市场密集、商品繁多、竞争激烈的特点，市场经营者采取了"薄利多销"的经营策略。例如，桥头市场的钮扣，价格一般只有国营市场的一半或1／4，每颗钮扣所得利润以厘甚至以毫计算。钱库市场销售一担二百斤的白糖，只赚五毛钱；卖一箱味精，只赚一个纸箱子的钱。这些市场是靠价廉的优势把外地的购买者大量吸引到本地的市场上来，以达到多销的目的，从扩大销售量来取得较多的利润。这种经营之道，反映了价值规律和供求规律共同作用的要求，值得一切市场经营者借鉴。

第二，以多品种、多规格的商品上市，造成方便顾客购买的局面。商品价格的低廉化，迫使生产者要在改变产品结

构，增加花色品种上面下功夫。从而使温州市场上的商品出现了品种规格齐全的可喜现象。例如，桥头钮扣市场和全国300家钮扣工厂形成了稳定的供求关系，品种有12大类，1300多种；钱库商品市场、柳市电器市场各有品种1200多种。品种规格齐全，顾客购买就方便了。比如，你要买500种规格的钮扣，若是到生产钮扣的工厂去买，起码跑好几家工厂。你到桥头市场来，只要跑一次就可以买到全国各种钮扣。虽然路程远一点，但比跑好几家工厂要节省时间和费用。这就是为什么桥头镇地处偏僻的山区，交通不便，却能形成一个钮扣市场的重要原因。这也是温州其它的市场能够发展、壮大的重要原因。

八、市场信息：灵敏性

信息灵敏，以新取胜，这是温州农村商品市场能保持久盛不衰的重要原因之一。民间市场的经营者很注意研究市场动向，从各种渠道搜集市场信息，争时间，抢在别人的前头做成生意。例如，1984年4月，浙江《经济生活报》上刊登一张商业部长穿猎装的照片，猎装上的钮扣是古铜钮。马上就引起了桥头供销员的注意，他们敏锐地感到这种钮扣将要流行，立即把信息带给家庭工厂，使这种钮扣很快就生产了出来，占领了市场，赚了一笔大钱。由于信息反馈迅速，温州市民间市场上的商品能快速更新。外地一种新产品往往能在很短的时间内就成批出现在温州市场上。1986年夏天，上海市场刚出现一种“黑牡丹”牌的女装，只几天时间就“流”到钱库市场，大量出售。

依靠信息的灵敏，商品的快速翻新，市场经营者对商品经营实现了勤进快销。从而避免了积压，加速了资金周转。桥头钮扣市场资金周转期只有20天左右。钱库综合商品市场上集体和个体商业的流动资金周转期为25～30天，比当地的国营商业快三倍左右。资金周转快，流通效益得到了提高，带来了丰厚的商业利润。

九、市场格局：买方市场。

温州农村的商品市场，除了少数市场（如水产品市场）商品价格昂贵，属卖方市场以外，绝大多数的市场属买方市场。其标志：一是货源充足，买者有广泛的挑选余地。例如虹桥农贸市场，商品的上市额和成交额之比为4：3，即平均每次上市的商品只能卖出3／4。而且，成交额上升幅度小于上市额的增长幅度。说明市场货源充足，买方市场不断强化。二是价格便宜，对购买者有利。温州农村商品市场普遍具有上市商品价格便宜的特点。多数生活消费品比国营商业同类商品便宜1／5至1／4。这使它与国营商业竞争处于有利地位。即使是紧俏的生产资料（如钢材、水泥等），其价格高于国家计划供应的平价而低于议价，对顾客也有较强的吸引力。这些市场能成为买方市场的原因主要是：一，家庭工业的迅猛发展为市场提供了数量充足、品种多样的商品。二，温州的市场是开放型的市场，它不仅销售本地产品，而且把全国各地产品集中到市场上来。如桥头钮扣市场的钮扣70％来自全国各地。钱库综合商品市场商品来自浙、闽、沪三省市十个县。即使本地不生产的一些生产资料，如钢材、

水泥、木材、柴油，由于能从四面八方贩运而来，货源也十分充足。从而造成了温州农村各市场商品的总供给大于总需求的态势。这说明，市场开放的深广度对形成买方市场至关重要。三，市场竞争激烈。由于温州市场众多，从业人员不断增加，且许多市场经营相同品种的商品，所以市场竞争愈演愈烈。再者，温州市场的经营方式是分散经营，分散经营不易形成垄断。无人能垄断市场，也就无人能垄断价格。在激烈的竞争中，使上市商品价格呈下降的趋势。如金乡镇的校徽，1978年每只三角，1979年二角五分，1981年二角，目前仅一角，下降了67%；团徽1978年每只二角，目前仅三分，下降了85%；工作证1981年每本是二角七分，目前仅一角，下降62%。宜山再生腈纶纱线，1979年每斤四至五元，1980年三元，1981年二元七角，1982年二元，1983年以来一元七角左右。腈纶毛衣1981年每件三元四角，现在仅一元六角，下降53%。仙降鞋，1979年每双利润五角，1980年三角，1981年二角，1982年一角五分，现在仅四分五厘，下降90%。

十、市场的依托：农村集镇

温州农村一些规模较大、档次较高的市场一般都集中在集镇。著名的十大专业市场的所在地全部是集镇。一些新兴的市场——技术市场、金融市场、信息市场全部都在集镇，农村中没有。1986年，全市农村87个建制镇上有各种市场280个，占全市市场总数的60%。集镇上的社会商品零售总额14.4亿元，占全市社会商品零售总额的56.3%。

集镇之所以能成为农村商品市场的依托，是因为：第一，

集镇是农村工业集中的地方。温州农村87个建制镇集中了全市农村工业的65％。如果再加上自然镇，则集镇的工业产值约占农村工业产值的80％～90％。农村工业的发展，既为商品市场提供了充足的货源，又要向市场购买原材料，这在客观上促进了市场的发展。第二，来集镇上落户的农民都是有一定经济实力，又有一定经营素养的能人，这样，集镇成了资金和人才相对集中的地方。资金和人才的集中是发展市场必不可少的条件。第三，集镇上有发展商品市场的良好环境。有店面、摊位可以出租；有多种交通工具为顾客提供运输服务；有邮局、旅馆等设施，为顾客提供电话、电讯、邮寄、住宿等服务；有工商行政管理所，维护市场的正常秩序。这些条件是发展市场所必需的，但是，一般农村很难具备。温州农村商品市场之所以能如此迅速地发展，与各县、区、乡重视集镇建设有极大的关系。这一事实也启迪人们，发展农村商品市场必须高度重视农村集镇建设，与集镇建设同步进行。

纵观温州农村商品市场九年来的发展史，特别是近一、二年以来的发展史，可以看出，农村商品市场有以下发展趋势。

趋势之一，在市场数量逐渐增多的同时，市场体系将进一步完善，功能将进一步发挥。

农村商品市场从最初建立以来，数量逐年增加。1984年全市农村有市场390个，1985年发展到417个，1986年发展到482个，1987年发展到500多个。但这数量的增加在今后几年将逐渐放慢速度。近一、二年来，市场体系逐渐完善，特别是一些新兴的市场——资金市场、信息市场、劳动力市场，由低级向高级、由不完善向完善的方向发展，促进了各市场

之间的协调配套。由于市场体系的完善，市场功能明显地出现了三个转化，即：由为了取得不同的使用价值而交换，发展到为了取得价值而交换；由为本地区服务转向为全社会服务；由内向型向外向型转化。这些转化标志着市场功能得到了进一步的发挥，市场机制的调节——主要是竞争机制、价格机制、资金运动机制、劳动力供求机制的调节，将进一步支配着温州农村商品经济的运行。

趋势之二，部分市场向大型化、高层次方向发展。

为了在竞争中站稳脚跟，并追求最大限度的利润，市场出现了向大型化方向发展的趋势。因为市场规模的扩大能为经营者带来规模效益。市场规模的扩大，首先表现为原有的市场规模有扩大的趋势。例如，十大商品市场，除了水头兔毛市场衰落了，肖江编织袋市场由于业务向外转移，因而市场规模没有扩大以外，其余的八大市场的规模都有不同程度的扩大。其次表现为新出现的市场，初始规模就比较大。例如，1986年形成的瑞安工业品市场年成交额达1亿元以上；马屿眼镜市场年成交额达8000万元。1987年刚刚形成的平阳县麻步区树贤编织袋市场1987年1至4月份，成交额达3600万元。

伴随着市场规模的扩大，市场的设施也进一步完善，一些马路市场（即占用马路作为市场的交易场所）有了固定的交易场地，一些露天市场盖了棚顶。市场的管理水平也有了相应的提高。市场向高一层次跃进。

趋势之三，一些贫困的山区、半山区也开始有了市场。

山区占温州市面积的78％。温州市的九个县中，有三个贫困的山区县，即永嘉、文成、泰顺县。在其它六个县中也有一些山区、半山区的区、乡。这些贫困的山区长期以来被

封闭的、自给自足的自然经济统治着，根本没有市场。现在随着山区经济的搞活，山上的人口向山下转移，商品经济得到了初步的发展，开始相继建立了市场。例如，平阳县的山门、腾蛟、顺溪等区、乡，永嘉县的沙头、岩坦、碧莲等区、乡，都是有名的贫困山区，现在也开始有了市场。有些农贸市场和木材市场也由城镇向农村、山区转移。这些地区市场的形成和发育，对促进山区商品经济的进一步发展将起重要的作用。

趋势之四，商品的推销方式由流动推销向定点推销发展。

温州家庭工业的产品，全靠十万农民购销员推销。农民购销员推销商品的方式是，随身带着样品，走访沿途的机关、学校、街道、厂矿、企业等，让他们看样、定价、订货。随着商品批量的增加，农民购销员发现，这样流动推销方式有它的局限性，有必要向定点推销发展。因为，定点推销有固定的场所，稳定的供销渠道，可以使商品的推销批量得到稳定的增长，避免大起大落。而且由于这些定点一般都设在大中城市、大商场，人流量多、消费能力强，可以进一步拓宽流通渠道。随着温州产品信誉的提高，定点推销也有了可能。近一、二年以来，传统的走南闯北式的推销方式仍然保留下来，但是，已经有部分商品，开始转向定点推销，出现了两种推销方式并存的局面。现在全市农村有8000多名农民购销员开始在全国各地开设固定的商店、柜台、门市部，或者承包、租赁外地的商场柜台。永嘉县桥头钮扣市场的购销员是第一个外出承包、租赁商场柜台的，该镇农民购销员王永铮一家承包了北京、天津、济南、杭州、南京、长沙等六个城市11家国营商店的钮

扣专柜。目前，桥头钮扣市场有1500多人，进入上海的八大公司承包钮扣生意。继桥头钮扣市场以后，乐清柳市低压电器市场、瑞安塘下塑料拉线和汽车配件市场，苍南金乡徽章市场、苍南宜山再生腈纶市场等地的购销员也陆续外出，承包、租赁了全国20多个大中城市，2000多家商场柜台，推销五金电器、腈纶衣裤、徽章、标牌等小商品。乐清县东林乡农民购销员，过去一直是长期在外流动贩卖各种布料，现在也开始了定点贩销。目前，在全国许多大中城市，除了有温州人开设的商店，承包的柜台以外，还形成了若干条“温州街”。



第 六 章

民间市场秩序及其对策

对温州民间市场秩序如何评估？是一个复杂而有争议的问题，不是用“好”或“糟”等简单概括所能说明得了的。

温州民间市场是自发形成的自组织系统。它是在没有任何外在的、人为的、行政的干预下，按其内在的规律自我运行的，其运行机制是有规则的。民间市场体系是有自我反馈、自我协调、自我修复、自我循环的功能，因而它能自动调节温州农村商品经济的运作。当某种行为导致“均衡”遭到破坏时，市场自动调节机制使失去的平衡重新恢复过来。尤其是价格信号的灵敏反映，起到了调节供求和协调各方利益关系的作用。可以说，民间市场功能良好，是温州商品经济保持久盛不衰的根本原因；而良好的功能又离不开一个有规则的市场秩序。所以，认为温州民间市场秩序“糟得很”，是不合逻辑的。

不可否认，民间市场秩序也有不规则的、甚至是混乱的一面。主要表现在：

1．“假冒”商品屡禁不止。以假乱真、以次充好，假冒名牌的商品在温州各类商品市场上均有发现。这些假冒商品、从生活资料到生产资料都有。如：假冒名烟、名酒、名牌自行车、名牌衣裤、名牌家用电器，假农药、假化肥等等。这些假冒商

品中的相当大的部分是从广东、福建两省流入的；一部分是本地生产的。这些假冒商品虽屡经打击，但始终没有断绝。

2．有些乡镇企业、家庭企业，通过大、小报刊，登虚假广告，欺骗顾客，造成了很坏的影响。

3．行贿推销商品方式时有发生。某些农民推销是为了推销低劣产品，向客户行贿，从送实物发展到送现金。这些客户大多数是国营企业。

4．偷税漏税现象比较严重。个体工商业户大多数没有建账建册，产值或营业额是多少，谁也说不清楚。因此，纳税失去了客观依据。目前采取的办法是凭个人申报或同行评估，这有很大的误差和很大的弹性系数，为偷税漏税提供了方便条件。据估计，约有1/3的农村工商业的税收没有能收上来。在县与县交界的“边界市场”，比邻两县为了把对方的市场吸引过来，在让税上展开竞争。这就使这些市场上的经营者更有偷漏税的机会。

造成上述现象的原因是多方面的、复杂的：与市场的自发性有关；与农民的素质有关；与法制不健全有关；与市场没有统一的管理也有关。下面，具体剖析产生这些现象的原因，并提出完善市场秩序的若干对策。

（一）由市场自发性导致的盲目性，是造成市场秩序混乱的原因之一、也是最主要的原因。为此，必须加强对市场的宏观调控。

自发性是温州民间市场的主要特点。要辩证地看待这种自发性。自发性是市场机制内在规律性的表现。温州民间市场正是靠这种自发性，排除了外力的不适当的干预，得以生存和发展，并起到了自发引导家庭工业发展的作用。但是，

如果对这种自发性不加任何调控，它又会导致市场经营上的盲目性和市场管理上的混乱，危及市场的生存和发展。

水头兔毛市场就是一个典型的例子。解剖这个典型，可以清楚地看出市场运行中的自发性和盲目性之间的必然联系，给人以深刻的教训。

水头兔毛市场地处平阳县水头区。水头这是一个贫困的山区。附近农民都有养兔子的习惯。

1984年，兔毛制品在国际市场上成了热门货。兔毛在国际市场开始走俏。这时，在我国国内，兔毛已从二类农副产品降为三类，允许个体户经营，允许长途贩运。一个兔毛市场在水头镇自发形成了。广东省一些地方利用特区政策的有利条件，在国内大量收购兔毛，直接转贩给外商。水头兔毛市场的购销员，则把收购来的兔毛运到广东贩卖。1985年春节期间，由于外贸市场上的兔毛供不应求，导致水头兔毛市场上的兔毛价格猛涨，从开始收购时的27元一斤，涨到了104元一斤。收购商蜂拥而至，市场盛极一时。从1984年下半年到1985年冬，在短短的一年多的时间内，水头兔毛市场兔毛成交量达1900吨，成交额达2.1亿元。

可是，1985年这一年，国家却未能完成兔毛出口任务。于是，国家有关部门又规定把兔毛进出口业务统一到中国畜产品进出口公司经营，并严格规定了兔毛输出口岸。致使广东一些单位无法再经营兔毛。兔毛的收购价也定死，而且每斤比市场价低40～60元。从此，水头兔毛市场就断绝了销售渠道。其实，在此以前，由于市场秩序混乱，缺乏管理，尤其是缺乏严格的质量管理，已给该市场的全盘覆没种下了祸根。

水头兔毛市场自发形成后，有些人趁机干起了“假、冒、

骗”勾当。向兔毛里掺棉花纤维、掺滑石粉，严重影响了我国兔毛在国际市场上的声誉，导致外销量急速下降。外销量的下降又影响了市场的成交量。管理混乱的另一表现是“飞丝”霸市(水头人把在市场搞欺行霸市的人称为“飞丝”)，垄断市场，敲农民和外地商贩的竹杠。市场上的收购点利用杆秤的标准差，克斤扣两，蚕食商贩，致使来水头做生意的商贩越来越少。

水头兔毛市场衰落的另外一个原因，是没有用好经济杠杆来调节市场供求，没有建立“安全基金”制度。在市场兔毛价格暴涨时，没有抽取必要的费用，甚至在每斤兔毛价格涨到80～100元时，营业税仍按每斤兔毛20元收取。在市场价格暴跌时，没有给予必要的补贴，以致伤害了兔农的积极性。总之，水头兔毛市场的衰落，完全是由于经营上的盲目性，以及缺乏科学的管理造成的。这个教训启示我们：要维护民间市场的正常秩序，必须加强国家对市场的宏观调控。

我们认为，国家对市场的宏观调控，核心是调节市场总供给和总需求的平衡。这是维持市场正常秩序的根本保证。针对温州民间市场的实际，这种宏观调控的要点是：

第一，对价格实行宏观调控。

对市场价格实行宏观调控，是调节市场供求关系最重要的措施。市场价格要反映价值规律和供求规律的要求，以发挥价格机制调节生产，调节供求的功能。不能一谈“宏观调控”，就走老路，把价格重新卡死。但如果对市场价格的运行听其自然，又会导致市场秩序的混乱，对不同品种的商品，在不同的时间、不同的地点要区别对待。可通过行业协会实行同行议价。特别是对紧俏物资的价格要适当控制。如不然，少数人囤积居奇，任意抬高价格，就会坑害消费者，扰乱了市场。

对经营生产量不稳定的商品市场，要建立“市场调节基金制度”。温州家庭工业生产的小商品，产量一般都很稳定，从而能保证市场的供给。如钮扣、腈纶衣裤、塑革鞋、徽章等。对经营这些商品的市场，不必要建立市场调节基金。但对经营那些生产起伏度大的商品，如兔毛、木材市场，建立市场调节基金就非常必要。在这类商品价格暴涨时，抽取一点基金；待它的价格暴跌时补上去。从而防止这类商品供给的大起大落，达到供求的相对平衡。

第二，建立重要商品的储备制度。

国家利用国营商业部门和物资部门储备重要商品，是调节市场供求的重要手段。国营商业和物资企业，要发挥流通领域中的主渠道作用，在某些重要商品供过于求时，大量购进储备；当这些商品供不应求时，压缩库存向市场抛售，以调剂供求，平抑市场物价。

第三，调整市场的供给结构。

对于一个区域的市场体系，总供给与总需求的平衡，不仅是量的平衡，更重要的是结构上的平衡。国家通过调整市场的供给结构，使之与需求结构相适应。这样，不仅平衡了市场供求关系，而且有利于国家产业政策的实施。拿温州地区来说，该地区缺乏能源、原材料，商品经济发展又遇到了资金不足的矛盾。反映在商品市场上，能源、原材料、资金的供给往往处于紧张状态，经营这些商品的市场也成为温州民间市场体系中的薄弱环节，市场供求波动大，影响整个市场体系的稳定。因此，各级政府及有关部门要有意识地扶持能源、原材料及资金市场，增加这些市场的商品供给，力求保持这些市场供求平衡。这些市场供求平衡了，就维持了整个

民间市场体系的供求平衡。

第四，进行市场预测，发布市场信息。

在商品市场上，价格机制对市场供求关系的调节，总是发生在实际供求关系已经形成以后。价格信号把已经形成的供求失衡的状况，向生产者发出信息，引起生产结构的重新调整，以造成下一个周期市场供求的平衡。由于价格信号的这种滞后反映，使价格机制完成对供求关系的调节，不仅要有一个较长的过程，而且不可避免地会造成对生产和资源的浪费，引起市场的波动。在资本主义国家，价格机制对市场供求关系的调节，总是伴随着破坏性的经济危机，付出了沉重的代价。我们要以此为鉴，既要发挥价格机制的长处，又要极力避免它的短处。为此，国家应设立专门机构，对市场上各种产品的生产、供求趋势，作出预测，向生产者和市场经营者发布信息，使市场经营在准确的市场信息的指导下，有计划地进行。

第五，反对垄断，保护竞争。

保持良好的竞争秩序，是维护市场正常秩序的内容之一。市场是商品生产者和经营者开展竞争的场所。在这个场所中，保持充分的、自由的竞争，既能促进生产，又能繁荣市场。温州民间市场的繁荣，与市场上存在着充分的自由的竞争有着极大的关系。但同时市场上也出现了少数人，依靠当政的权力、家族势力或团伙势力等，欺行霸市，垄断市场，破坏了市场正常秩序，影响了市场的发展。正反两方面的事实启示我们：保护竞争，反对垄断是国家调控市场，保证市场繁荣和稳定的重要措施。为此，国家应尽早制定“反垄断法”。从原料来源、销售渠道、市场场地、销售价格都要反对垄断。不论是私人企业还是官办企业都没有垄断市场的权

力。这样，才能为市场经营者提供平等的竞争条件。

（二）个体经商者大量涌现与没有法人地位的矛盾，是引起民间市场秩序混乱的原因之二。

党的十一届三中全会以后，流通领域内的政策放宽了。允许个体户从事长途贩运，并允许他们经营很多过去不能经营的商品。在这种气候下，温州农村经商的个体户一下子大量涌现出来。但新的政策与旧经济体制产生了强烈的碰撞。新的政策已把农民经商的积极性召唤出来，而旧的体制仍在束缚农民的手脚。个体农民没有法人地位，外出承接业务，没有公章、证明信、合同书，常被对方单位拒之门外，于是不得不靠不正当的手段，拉关系、走后门，以取得承接业务的权力。但靠这种方式承接的业务，由于没有履行合法的手续，往往因合同不能兑现而产生各种纠纷，扰乱了市场秩序。由于个体户在银行不能设立帐号，购销商品的来往货款，不得不实行现金交易，迫使农民购销员外出时，只得腰缠万贯，携带巨款，现金丢失或被盗事件屡有发生，甚至还带来人身的不安全。总之，个体农民经商的要求、发财的欲望，在没有法人地位的条件下，必然会产生各种扭曲的现象，对民间市场秩序的不良影响是不能低估的。

面对这个严峻的现实，温州人民从本地商品经济发展的实际需要出发，创造出一种独特的经营形式——挂户经营。所谓“挂户经营”是指个体或合伙经营者挂靠在集体企业上。被挂单位为挂户者提供工作证、介绍信、空白合同书、银行帐号，使挂户者能以这个集体企业的名义从事经营活动。被挂单位还为挂户者代开统一发票，代为建帐记帐，代征国家税收。挂户者以被挂单位的名义持被挂单位的工作证、证明书，

在全国各地签订合同，采购原料，推销商品。购销商品的往来货款记在被挂单位的银行户头。被挂单位则按约扣除代征的税收和管理费，其中包括：5%的工商税，2%的代征所得税，0.5—1%的挂户者向被挂单位交纳的管理费。

温州农民购销员大多数都参加了挂户经营。从而使温州"挂户经营"具有生产性挂户少、购销性挂户多的特点。如瑞安县莘塍区承办挂户经营的"工业联合供销公司"生产性挂户者占总数的15%，购销性挂户者占85%。此外，各省、区、乡还出现了众多的专门经营农民购销员挂户业务的公司。

挂户经营形式的出现，解决了个体经营者独立经营而没有法人地位的矛盾，把千千万万个个体或合伙经营者通过特定的方式组织起来，并为他们提供了方便条件。这是温州个体农民能走向全国，开创"小商品，大市场"格局的先决条件。通过挂户经营，使承挂企业健全的财务制度发挥了超越本企业范围的更大的作用，为挂户者建帐建册，弥补了一般个体户不愿或不能建帐建册的缺陷。由于挂户者的资金往来都要经过被挂企业的银行户头，承挂企业可根据挂户者的销售额为国家代征税收，这就避免或减少了偷税漏税现象的发生。挂户经营不仅是一种经营形式，而且是一种管理形式。挂户经营使个体经济与集体经济发生了不可分割的内在的联系，使家庭经营成为合作经营的一个经营层次，分散经营成为集中经营的一个组成部分。从而使温州农村商品市场形成了"统分结合、双层经营"的管理体制。这种管理体制对减少温州民间市场不规则的运动，稳定市场秩序起到了十分重要的作用。

如上所述，挂户经营虽然对稳定民间市场秩序起到了十

分重要的作用，但由于挂户经营形式本身的不完善，又给市场秩序带来了新的问题。因而，完善挂户经营成为当前完善市场秩序的迫切需要。

挂户经营形式的不完善表现在：由于挂户者可自由选择承挂企业，一些挂户者就挂在税务低的企业上。有些企业跨地区、跨部门挂户，目的是为了逃脱本地区同行监督，特别是质量监督。承挂企业对外地区来的挂户者，在不了解或很少了解其底细的情况下，为了收取管理费，不经严格审查，就准予挂户，给某些不法分子的违法活动提供了可乘之机。有些承挂企业对挂户者的经营活动，不负任何经济的和法律的责任，挂户者在从事购销活动中进行非法活动得不到及时的处理。这些问题的存在，都是构成市场秩序不安定的因素。

我们认为，挂户经营中出现的问题，责任主要在承挂企业这一方。完善挂户经营，主要是要清理、整顿承挂企业。承挂企业应该是有较强的经济实力，财会制度健全，管理秩序良好的国营或集体企业（公司）。私人或合伙企业，由于不具备上述素质，不宜承办挂户经营。企业要取得经营挂户业务的权力，必须经过工商行政部门批准，并不得享受减免税的待遇。同时承挂企业要对挂户者全部的经营活动负经济的和法律的责任，并提供有关技术、信息等方面的服务。当然，挂户者也要对承挂企业负遵纪守法的责任。要统一挂户者的税收和管理费的收取标准，防止承挂企业为吸引挂户者竞相降低代征税和管理费，造成不应有的混乱。

（三）法制不健全与农民本身素质上的缺陷，是造成市场秩序混乱的原因之三。

温州民间市场的主体是农民，市场经营者多数也是农民，购销员全部是农民。市场的这一特点，对市场秩序产生了不利的影响。

农民作为个体劳动者，是以追求利润为目的的。他们的局部利益与国家的、人民的整体利益有一致的一面，也有矛盾的一面。在有些场合甚至会产生尖锐的对立。农民发财致富的强烈欲望，在没有健全的法制制约下，很容易产生种种不正当的经营行为。诸如前面已经列述过的假冒骗活动、偷税漏税、登虚假广告、行贿推销商品方式，等等。这无疑是对市场秩序的极大破坏。

温州农民刚刚从小生产方式解脱出来进入社会化大生产方式，刚刚摆脱自然经济的束缚步入商品经济。但在他们的身上，还带着旧的生产方式的痕迹和旧的思想观念，未同传统的小农经济意识作彻底的决裂，发展商品经济所必须具备的职业道德、民法商法观念十分淡薄。例如，他们中的有些人没有经营商品经济的远大目标，有明显的短期行为，只以追求一定量的金钱为终极目的。为此，他们不讲商业道德，不顾信誉，不择手段地推销质量低劣的产品。在一个地方露了马脚以后就转移到另一个地方，打一枪换一个地方。在他们观念中，只要能赚到钱，什么手段都可用。又如，在温州，虽然社会分工已有了相当程度的发展，但以血缘关系为纽带的自然分工远未绝迹。这种分工排斥血缘关系之外的经营人才，有碍竞争。再如，温州个体户依法纳税观念淡薄，视纳税为额外负担。他们中的大多数人不建账，或者做假账，以达到逃税的目的。

上述存在的问题如何解决呢？靠市场机制本身是不能解

决的。因为，市场机制是以承认并维护经营者的局部利益为出发点的。由经营者对局部利益的追求而产生的弊端，也是市场机制本身无法克服的。解决这个问题的对策，除了要教育农民，改造农民的素质之外（这是一个长期的过程，况且，教育本身也不是万能的），最根本的措施，就是健全法制，执行法制。

前面已经指出，温州民间市场有很强的自发性。近几年来，各级政府及其工商行政管理部门，对市场管理秩序作出了一些规定，均属于行政指令，还未成为法规。执行过程中弹性系数大，具有易变性，对市场秩序的约束是软性约束。而要完善温州民间市场秩序，使之成为国家调控下的有组织、有领导的社会主义商品市场，就必须要有完善的法制对其实行硬性约束。例如，虚假广告的出现有两方面的原因：固然，有些单位和个人为谋取暴利而有意做假，但更重要的是，经营广告的单位为了赚钱，视国家法律于不顾，对广告内容不按规定查验证明，为虚假广告大开方便之门。倘若经营广告的单位能严格执行国家的“广告法”，虚假广告何以能出台？又例如，温州市各级政府及工商行政管理部门，每年都要开展一、二次“打击假、冒、骗”活动。每次打击过后不久，“假冒骗”活动又死灰复燃起来。这是为什么？在于开展打击活动只是治标的措施。我们认为，治本的措施是：第一，要实行生产许可证制度。对不具备生产某些商品条件的企业，不发给生产许可证，不供应其能源、原材料。实行釜底抽薪，从生产环节卡死，断绝“假冒”商品的来路。第二，完善和严格执行国家的“商标法”。商标标识不得私自印刷，更不能在市场上出售。要坚决取缔没有产地和厂名的商标。做

到这一点，就等于剥去了“假冒”商品的伪装，使之失去表演的市场。此外，还要完善和严格执行商品检验法、食品卫生法，等等。还有针对偷、漏税现象，不仅要严格执行国家规定的税法，还要根据温州的实际，制订地方性的税收稽征制度，强制执行。个体工商业户要建帐建证，这是他们向国家依法纳税的前提条件。有意不建帐建证的应吊销其营业执照。个体户的“帐”、“证”，要经过国家批准有任职资格的“注册会计师”审核。“注册会计师”对国家税收部门负责，出现偷漏税现象，要追究其责任。这样，个体户偷税漏税行为就可以得到有效的制止。总之，健全法制、执行法制，是完善市场秩序的根本保证。对温州民间市场上的批发经营、私人经营商品的种类和范围、度量衡、商标、广告、竞争规则等，都要制定相应的法规和实施细则。要在“工业企业法”的基础上，尽早制订“流通企业法”，以约束流通企业的行为。

（四）市场管理权的多元化，是造成温州民间市场秩序混乱的原因之四。

在民间市场管理范畴中，客观上存在着所有权、经营权和管理权的区分。所有权与投资主体是统一的。市场由谁投资兴建，所有权就归谁。为了多筹集一些投资，应当调动各方面的积极性，鼓励多种所有制的单位和个人参加投资。这样，即使是同一个市场，投资必然来源于不同渠道。温州农村市场事实也是如此。投资资金来源的多渠道决定了市场所有权的多元化。所谓经营权，是指履行合法手续后，取得在市场上经营商品的权力。不论任何所有制的单位或个人，只要经过工商登记，领有经营执照，就有了经营权。在温州农村市场中，很多市场上都有国营、集体、合股和个体等不同的

所有制单位和个人参与市场经营。因而，在同一个市场上，经营权也是多元化的。在民间市场上，所有权和经营权的多元化是必然的，这一点正体现了民间市场的特色，是温州民间市场能迅速发展和繁荣的动因。但在市场自发性强，缺乏严格的组织和管理的条件下，伴随着所有权的多元化，管理权也出现了多元化。这是由于在有些市场上形成了所有权、经营权和管理权三者合一的状态，特别是所有权与管理权相混淆，是一个比较普遍存在的现象，有许多市场实际上是谁所有谁管理。例如，地处瑞安市城关镇的"城东毛线市场"，是镇、村与工商部门联办的，三家都派人来管理。1987年，瑞安市城乡共有商品市场93个，都没有实现统一的管理。

市场管理权的多元化，必然造成令出多门，相互扯皮，无法做到"统一政策、统一法规、统一行动"，不仅不能管好市场，还会加剧磨擦，制造矛盾。为此，必须实行所有权、经营权和管理权的三权分离，实现管理权的一元化。

实现管理权一元化的具体形式，是建立各级市场的市场管理委员会。规模巨大的市场（例如十大市场）可单独成立市场管理委员会。除此以外，可按区、乡、镇的范围成立市场管理委员会，统一管理本区、乡、镇内的市场。市场管理委员会由市场所在地的区、乡、镇政府牵头，由工商、财税、物价、计量、公安、检疫等部门组成。跨行政区域的市场，则以主要一方政府或双方政府共同组成市场管理委员会。为什么要由政府牵头呢？这是因为，现在市场交换关系十分复杂，涉及到的方面多、范围广。市场管理包括行政、执法、经营、运行秩序等多方面的管理。而每一个部门只能管辖本部门职能范围之内的事情，无法完成整个市场的管理任务。

由政府牵头才能将各个职能部门组织和协调起来。政府牵头，各部门紧密配合，各司其职，才能完成对市场全方位的管理。同时，由政府牵头组织市场管理委员会，“国家调控市场”才能顺理成章。这是实现“国家调控市场、市场引导企业”的新的调节机制的必要步骤。

市场管理中的核心问题是利益分配问题。争管理权的实质是争收费（管理费）权。多头管理必然造成多头收费，侵犯经营者的利益，这对市场的发展是极为不利的。协调市场中管理者、所有者和经营者的利益关系，是稳定市场秩序的需要。如何协调呢？对策是：统一收费主体，统一收费标准，统一收费办法。“统一收费主体”，是将现在多头收费统一到市场管理委员会这一个主体上来。“统一收费标准”，是把目前各地市场上不同的收费标准严格统一起来，防止不适当地提高或降低收费标准，引起市场动荡。“统一收费办法”，是将管理费和场地、摊位使用费捆在一起，统一收取，并实行一次性收取。然后，按其归属分别处理。场地、摊位使用费归所有者。管理费则在各个管理部门之间实行合理分配。

第七章

民间市场的启示

温州农村民间市场体系的形成和九年来的实践，为发展我国的商品经济，为经济体制的改革提供了有益的启示。具体说来，有以下四点：

启示之一：建立和完善社会主义市场体系，是发展社会主义商品经济，建立新的充满活力的经济体制的前提条件。这是因为：

第一，发展市场是搞活企业的需要。

经济体制改革的中心环节是增强企业的活力。企业是社会经济的细胞。如果这个细胞没有活力，整个国民经济就会萎缩。政企不分，国家部门对企业的硬化约束，是企业失去活力的重要原因。由于政府机构直接参与和管理企业的生产经营活动，直接控制企业的人财物、供产销多个环节，使企业没有自主权，成为上级主管机关的附属物、"算盘珠"。企业只对上级主管部门负责，而不面向市场。盈利上交财政，亏损由国家补贴，与企业和职工的利益无关。因而企业缺乏内在的动力和外在的压力。使企业失去了应有的活力。倘若在国家与企业之间建立一个市场，使企业成为独立的商品生产者和经营者，并把它推向市场舞台，便切断了企业与国家部门之间的直接联系，企业不再向国家部门负责，转而向市场

负责，向社会负责。每个企业都是为市场而生产的。其产品是否符合社会需要以及符合社会需要的程度，都是通过市场来检验和实现的。市场也正是以产品是否符合社会需要为尺度，来评价企业的行为，裁决产品价值的有无和大小。市场公正的裁决作用，为企业提供了来自外部的、平等条件下的竞争压力。这种竞争压力为改革企业内部的管理制度与经营方式，促进企业行为的合理化，提高企业的经济效益，带来了动力。从而有利于企业活力的增强与素质的全面提高。同时，建立一个完善的市场体系，还能为企业提供一个畅通的流通渠道，供销活动能快速而顺利地进行，这是搞活企业必须具备的外部条件。

第二，发展市场是加强横向经济联系的需要。横向联系是促进商品经济发展的重要途径。资金要横向融通，劳动力要横向的、自由的流动，从原材料到产品要横向交换。总之，从一种新的生产力的形成到销售市场的拓展，都离不开横向经济联系的强化。然而，这些横向联系中的任何一种交换关系，如生产力诸要素的流动或是产品的交换，在任何地方，任何时候都不能离开市场体系及其机制。在发展横向经济联系的过程中，遇到的一个难题，就是要协调各方的利益关系。横向联系的停滞甚至瓦解，往往是因为各方利益关系的失衡。而要协调各方的利益关系，靠行政指令不行，靠人事关系、交情面子也不行。只有利用市场机制，遵循等价交换的原则，才能使各方互惠互利，横向联系才能得到巩固和发展。

第三，市场是造就一代具有商品经济意识新人的大学校。

我们进行经济改革的目标是建立充满活力的社会主义商品经济体制。而长期以来，人们习惯于在自然经济、产品经

济的旧体制下生存和工作，墨守成规，观念陈旧，这已成为建立新的经济体制的最大障碍。为了实现我国经济体制的转换，就必须更新人们的观念，提高人的素质。然而，人们只有在参与市场活动的实践中，才能增强商品经济的观念，增长商品经济知识，培养从事商品经济的素质。温州人有较强的商品经济意识，他们习惯市场的波动，勇于自己承担市场风险。在激烈的竞争面前，不是顾虑重重，怯步不前，而是信心十足，勇于进取。温州人的这种素质，不是天生的，而是在市场这个大学校里锻炼出来的。是竞争磨炼了他们的意志，提高了他们的经营水平。我们从这个事实中不是能得到某种启发吗？

第四，发展市场是建立新的宏观管理制度的前提，是搞活微观经济和强化宏观控制的结合点。

新的宏观管理制度是以国家对经济实行间接控制为特征的。实行间接控制必须运用财政、金融、价格、利率及经济杠杆，以市场为依托。在这种管理体制下，市场既是企业生存的外部环境，又是国家调控的直接对象。国家是通过调控市场，实现对企业的间接管理。在这里，市场充当国家与企业之间的中介，一方面，把大量的来自四面八方的错综复杂的微观经济活动信息，传递给国家宏观控制部门，以便这些部门制订相应的政策、措施。另一方面，市场又把国家宏观控制的意图通过价格、利率等参数，传递给千千万万个企业，引导微观经济活动。这样，宏观经济调控和微观经济活动以市场为纽带结合起来。市场既发挥了搞活微观经济的功能，又使宏观控制卓有成效。

启示之二：发展社会主义现代化的商品经济，需要建立

什么样的市场体系？

在前面，我们已经说明了，建立社会主义市场体系对于发展我国商品经济，建立新的经济体制的作用。这里，我们要根据温州民间市场的实践，进一步分析：我们要建立的市场体系应当是什么样的市场体系？弄清这个问题，对于加速我国商品经济的发展和经济体制的改革，具有重要的实践意义。

第一，需要建立一个完整的市场体系。

建立一个完整的、协调配套的市场体系，对发展商品经济具有重要意义。商品经济只有在具备一个完整的市场体系条件下，才能顺利地运行。而判断市场体系是否具备完整性的重要标志之一，则是看有无生产要素市场。

生产要素包括生产资料和劳动力。过去，我们受斯大林的影响，虽然承认社会主义存在商品生产，却一直把生产资料排除在商品范畴之外。表现在经济生活中，就是生产资料统一由国家计划部门无偿调拨和分配。近年来，理论界实现了突破，承认生产资料也是商品，但完整的生产资料市场还没有建立起来。目前实行的“双轨制”，计划分配部分仍占相当大比例，“双轨制”本身也带来一系列新的矛盾和摩擦，因此，真正的生产资料市场还未形成。从劳动力要素来说，我国大部分地区实际上还不能实现劳动力的自由、合理流动，也还未形成真正的劳动力市场。我们知道，商品生产和商品流通是一个统一的过程，需要有同一的调节机制。产品通过市场流通，实行市场调节；而生产要素实行纵向分配的计划调节，这就把商品生产和商品流通本来相统一的过程隔裂开来，造成生产和流通的脱节。生产要素实行纵向分配，使企业丧

失了选择最佳生产要素投入的自主权，无法做到优化生产要素组合，实现资源的有效配置。再说，对于一个企业，投入与产出是一个完整的链条。产出（产品）商品化，而投入（生产要素）非商品化，使企业的经营状况必然得不到正确的反映。企业经济效益不是取决于企业经营的好坏，而是取决于能否得到数量充足的国家计划物资，这就迫使企业行为向不合理的方向发展。所以，与产品商品化相适应，一切生产要素都应商品化，建立相应的市场。使企业能从市场上获得一切必需的生产要素。这样才能把企业完全推向市场舞台。必须强调指出，生产要素的市场化是指全部生产要素的商品化、市场化，而不是指其中一、二个生产要素的商品化、市场化。全部生产要素的市场化，是形成完整的市场体系，培育健全的市场机制的保证。而只有形成完整的市场体系，才能为商品经济的发展提供优越的环境和条件，提供全面的、配套的服务。温州农村商品经济的发展，是与温州农村已形成了一个完整的市场体系分不开的。温州家庭工业所需要的原材料，国家不予以计划供应。生产资料市场的兴起，才保证了家庭工业对原材料的需求。资金市场的建立，满足了家庭工商业所需资金的80%，补充了国家银行和农村信用社贷款之不足，方便了企业的生产和经营；同时，聚集了农民手中的现金，避免了货币沉淀，加速了资金周转，提高了使用效益。劳务市场的形成，使经营者有了选择职工的自主权，劳动者有了选择职业的自由，促进了劳动力的合理流动，提高了劳动效率。技术市场的形成，加速了技术的传播和向生产领域内的渗透，推动了家庭工业的技术改造和产品的更新。温州各类信息市场的出现，使商品生产者、经营者有了决策的依

据，商品经济出现空前活跃的局面。如果没有形成完备的市场体系，缺少其中任何一个生产要素市场，温州农村的商品经济都不可能出现现在这样的形势。

第三，需要建立一个开放的市场体系。

商品经济的运行需要有一个不受行政区划限制的广阔天地。生产要素要在大范围内流动和组合。因为，一个地区不可能在资源、资金、技术等方面都占有优势。一个地区要发展商品经济，很重要的一个课题，就是要破除狭隘的地域观念，立足于在大范围内选择生产要素。只有这样才能借他人之长、补己之短。

拿自然资源条件来说。资源当然是发展商品生产必不可少的条件，但发展商品生产不一定要依赖本地的资源。在当今世界经济联系极其密切、交通十分发达、通讯十分快捷的条件下，资源是可以而且必然要转移的。自然资源条件差的地区，商品经济发展不一定慢。温州是一个资源贫乏的地区，但商品经济发展却很快。原因在于，它使用的是全国各地的资源。再拿资金来说。发展商品生产当然需要资金，但不一定要完全依赖自有资金，还要善于运用借贷资金，实行“负债经营”。善于运用借贷资金，既能为商品生产的发展提供充足的资金来源，又能给企业一种压力，迫使企业改善经营。

实现生产要素在大范围内的流动和组合，需要有一个开放的市场。借助于市场机制，商品或劳务的交换才能冲破行政条块的限制，按商品经济的内在联系，自由地横向流动。温州地处浙南一隅，交通不便，与外界的经济交往有诸多不利的因素。长期以来，温州农村经济与外界隔绝，处于封闭状态。随着温州农村形成了一个开放的市场体系，这种封闭

状态才得以打破。开放的市场体系，把温州农村有限范围的经济，与省内外、国内外无限广阔的大市场联结起来，对于实现生产要素在大范围内的流动、组合，起到了三个方面的作用：第一，将散布在不同地区的生产要素（能源、原材料、资金、技术、劳动力等），按统一的时间、空间的要求，在产前聚结、组合在一起。第二，按分工协作的要求，由市场来调度企业专业化生产。第三，通过市场实现家庭工业、乡镇企业产品的价值，将新的生产要素重新生产出来，从而实现生产要素的再组合。可以说，正是开放的市场体系，才把温州地区的投入产出，与全国其它地区的投入产出融为一体，纳进了大循环的轨道。正是有了这样的大循环，才弥补了温州经济中的缺陷，不仅使温州经济获得了外力，同时也使它的内力得到了充分的发挥。

第三、需要努力造就买方市场格局。

温州民间市场的实践表明：买方市场是市场机制对商品生产发挥积极作用的前提条件。

市场供求关系的存在必然包含着竞争，即"供给"方之间的竞争和"需求"方之间的竞争。在总供给小于总需求的卖方市场的条件下，由于物资的短缺，主要存在的是"需求"方之间为争购商品而展开的竞争。这种竞争越激烈，商品花色品种越单调，质量越低劣，价格越昂贵。因为，在这种卖方市场条件下，生产者生产什么就有人购买什么，生产多少就有人购买多少。质次价高的商品也有销路。所以，生产者就没有努力调整产品结构和产业结构，增加花色品种，提高产品质量的压力。也没有降低个别劳动时间，提高劳动生产率的动力。这时商品价值由劣等生产条件和最大的个别劳动时间

决定。卖方市场的形成，对消费者极为不利；同时也滋长了生产者的惰性，导致整个国民经济的萎缩和停滞。

在总供给大于总需求的买方市场的条件下，主要存在的是"供给"方为打开商品销路而展开的竞争。这种竞争越激烈，对消费者越有利，而对生产者则形成巨大的压力。生产者必须在两个方面作出努力，才能在激烈的竞争中站住脚跟。一方面要考虑与生产同种商品的生产者竞争。这就要设法降低单位商品的个别劳动时间，提高商品质量，以便在商品市场上，以质优价廉的优势打败对方，占领市场。这时商品价值由优等生产条件和最小的个别劳动时间决定。另一方面，在一种产品的市场基本饱和以后，就要考虑转产生产新的产品，开辟新的市场。这就迫使生产者要不断调整产品结构和产业结构，这种竞争的结果，导致产品加速更新换代和新品种不断涌现。所以，买方市场的形成，使市场机制能更好地发挥调节生产的作用。买方市场的出现，标志着这个时期经济发展，市场繁荣，物价稳定，整个国民经济处于良性循环之中。这是进行价格改革的最佳时机。

启示之三：发展社会主义现代化的商品经济，需要有一个具有深广度、灵敏度、健全配套的市场机制体系。

商品经济的发展有赖于市场机制对其发挥积极的调节作用。而市场机制本身的完善程度直接制约着市场机制作用的发挥。市场机制越完善，其作用发挥得越充分；反之亦然。因此，我们不仅要建立和发展商品市场，更要着力于市场机制的培育。

温州民间市场经历了九年的发展，已孕育了一个配套的市场机制体系。从对温州民间市场机制的解剖中，可以总结

出以下几点：

(一)需要有一个健全的、配套的市场机制体系。

市场机制是市场机体内竞争、供求、价格、利率、工资等多种要素关系的总和，是这些要素关系互相制约，互相影响的控制和调节方式。因此，市场机制必然是一个整体，是一个体系。它是由若干具体的机制组成的。每一个具体的市场机制的存在和运行，都离不开整个市场机制体系的存在和运行。每一个具体的市场机制发挥作用，都需要其它市场机制的协调和配合，不可能独立发挥作用。这就是说，各个具体的市场机制之间存在着配套关系。例如，价格机制发挥作用，离不开竞争机制和其它一些机制的作用。因此，为着市场机制更好地发挥调节商品生产和商品流通的作用，我们需要培育一个健全的配套的市场机制体系。

(二)需要有一个灵敏的市场机制。

现代化的商品经济不同于简单的商品经济，它涉及到的各方面的经济关系异常复杂，经济格局不断变化，市场风云变幻莫测，新情况、新问题层出不穷。与这种复杂的经济格局相联系，商品经济的运行也必然具有快节奏、时效性强的特点。适应现代化的商品经济的发展，必需有一个灵敏的市场机制，才能调节它的运行。固然，凡市场机制都具有灵敏性。但灵敏程度如何，则决定于市场机制的完善程度。市场机制越完善、灵敏度越高。完善的市场机制对商品经济运行过程中出现的新情况，才能作出迅速、灵敏的反映，为商品生产者和经营者及时提供各种信息，以便他们随时采取对策，调整自己的经济行为。

(三)市场机制的作用要有一定的深、广度。

市场机制作用要遍及社会再生产各个环节，渗透到商品经济机体的深层。深度和广度有区别又有紧密联系，广度是深度的基础。在温州，从市场机制作用的广度来看，市场机制在社会再生产各个环节——生产、流通、分配、消费诸环节都起着一定的调节作用。从市场机制作用的深度来看，市场机制已经渗透到了直接生产过程，直接发挥着组织、调节社会生产的功能。如金乡镇的铝徽章生产，从原料到产成品，要经过设计、绘图、写字、刻模、截材、成型、点漆、镀黄、穿孔、装配等十几道工序。一家一户只生产其中一道工序，这道工序完成后，将半成品投入市场，另外一家购买去再生产下一道工序。如此循环，直至生产出成品。如果某一道工序生产不合理，投放市场就无人购买。这就逼迫每道工序的生产者都要精益求精，保证质量。当某道工序的半成品产量过多或过少，也会立即在市场上反映出来，从而自动调节生产数量，达到供求平衡。在柳市五金电器市场、宜山再生腈纶市场、仙降塑革鞋市场等市场的所在地，市场机制同样发挥了调节社会生产过程的功能。以市场来调度专业化生产，是发展商品生产的一次质的飞跃，意义深远。温州农村的商品生产虽然是以一家一户的家庭经营为基础的，但已不是“小而全”的生产，而是有着细密社会分工的专业化生产。专业化分工广泛存在于商品生产和商品流通领域，成为推动商品经济迅速发展的杠杆。为什么在温州社会分工如此发达呢？这是因为在温州已经形成了发育健全、作用有相当深、广度的市场机制。市场机制不仅促进了专业化分工的发展，而且联结了各个专业化生产的主体，推动了社会协作的发展。

目前，我国还处于商品经济发展的初期，全国大多数地

区还没有形成一个统一的完整的市场体系，市场机制发育是不健全的，其作用一般都还局限在流通领域。包括温州有些地方也是如此。充分发挥市场机制的作用，潜力大得很。如果我们能为市场机制作用进一步发挥创造条件，引发它广泛地调节社会生产，促进生产专业化分工深化、细化，将会使我国商品经济有一个重大突破。

在做了上述分析以后，现在要进一步问：所谓"健全的、配套的市场机制体系"究竟包括哪些具体的市场机制呢？这些具体的市场机制又有哪些特征？根据温州的经验，我们认为是：

第一，资金自由借贷机制。这是温州商品经济运行中的核心问题。温州商品经济快节奏的运转，要求资金也要快速运转。特别是流动资金，往往要求在几天之内就要周转一次。这就需要资金能自由借贷，利率能随供求关系而上下浮动，借贷手续简便。温州民间资金借贷、私人钱庄、城乡信用社都实行借贷自由、利率浮动，从而造就了资金自由借贷机制。

目前我国的金融体制严重阻碍着资金自由借贷机制的形成，必须进行彻底的改革。银行是经营资金这种商品的的组织，理应实行企业化管理与经营，自主经营，自负盈亏。资金虽然是一种特殊的商品，但既然是商品，就应当通过市场渠道经营。其价格（利息＋本金），应当随供求关系的变化而上下波动。现在的金融体制把专业银行当作事业单位看待，其行政化管理体制是与产品经济模式和资金供给制配套的，存款的利息率是固定不变的。由于存款的利息率低于物价上涨的幅度，形成了实际上的负利率。从而造成各地专业银行存款额普遍下降，资金来源困难。1987年，中国人民银行在温州

进行改革试点，批准温州专业银行的存款利率可以上浮20%。迄今为止，这在全国还是第一家。这项改革措施的颁布，与把利率固定死相比，有所前进，但还是把利率上浮幅度固定死。问题仍然在于，没有完全承认资金的商品属性。现有的金融体制，借贷手续繁杂，层层报批，加以办事效率低下，造成资金周转十分缓慢，远远不能适应现代化商品经济快速运转的需要。

第二，劳动力自主流动机制。

劳动力是生产力中最重要的要素，发展商品经济必须以诸生产力要素流动为前提。没有劳动力的流动，一方面会形成过剩劳动力，造成生产力的浪费；另一方面，需要劳动力的地方或单位却不能及时获得各种素质的劳动力。

在社会主义条件下，毫无疑问，劳动者有自由的人身。劳动者对存在于自己身体之内的劳动力应当享有所有权、占有权和支配权。因此，劳动力的流动应当由劳动者自己作主，除特殊情况外，不受任何不必要的干预。在温州，劳动力之所以能充分流动，在于劳动力流动有其自主性，阻碍劳动力流动的干预极少发生。劳动力自主流动的结果，一是可以开发劳动力资源，使那些想流动而又顾虑重重的人打消疑虑，使那些具有各种专长和技术的劳动者大量涌现到劳动力市场上来，适应商品生产多方面的需要；二是可以加速劳动力流动的速度，从而缩短生产要素组合的时间，加速新的生产力的形成；三是能自动调节劳动力在各部门、各单位的分配。温州农村在未实现劳动力自主流动之前，从事种植业的劳动力长期过剩，而从事第二、三产业的劳动力却很少。实行劳动力自主流动后，受价值规律的支配，过剩的务农劳动力大

量流向第二、三产业，使第二、三产业得到了迅速的发展。

第三、信息快捷传递机制。

商品经济的发展离不开灵敏的信息。信息的传递对商品生产和商品经营起着催化剂的作用。而信息的传递贵在快捷。对于商品生产者和经营者来说，谁最先获得信息，谁就掌握了生产或经营上的主动权，可以捷足先登，在竞争中处于优势。对于整个社会经济来说，信息传递快捷，无疑会加速商品经济的发展步伐。

然而，怎样才能实现信息的快捷传递呢？温州民间市场的实践告诉我们：首先，信息的快捷传递是以一定的信息量为基础的，这就需要通过多种渠道获取信息。在温州，有众多的专门的信息机构和人员搜集信息，有14万农民购销员串联获得信息，有30万劳务输出大军从四面八方带回来信息，还有通过"三分邮票"这种独特的方式获得信息。多渠道搜集信息的结果，在温州形成了储量丰富的信息库，随时都可以将某种信息传递出去。其次，信息的传递要有需求对象。需求对象越多，对信息需求越迫切，信息传递得越快。在指令性计划经济条件下，工商企业对信息的反应是迟钝的。只有在市场经济条件下的工商企业，才会产生对信息的迫切需求。所以，信息的快捷传递是以市场经济为背景的。再次，在商品经济条件下，信息也是商品，必须实行有偿转让。实行有偿转让才能调动信息生产者的积极性。信息有偿转让必须要有一个信息市场，它是推动信息传递的必不可少的媒介。

第四，充分竞争的机制。

竞争机制在市场机制体系中属于动力机制。它的动力作用，激励着其它市场机制更好地发挥作用。例如，竞争机制

能使价格机制更好地发挥调节生产、调节供求的作用。倘若竞争没有充分展开，竞争的对立面——垄断现象的存在，就会压制价格机制发挥作用，导致价格信号失真。竞争机制通过优胜劣汰的社会发展法则，激发每个商品生产者和经营者不得不竭尽全力去搞好自己的生产和经营，个人能量得到了最大限度的发挥，整个社会经济也因而得到推动。因此，竞争越充分，越能加速商品经济的发展。然而，一个充分竞争机制的形成，只有在商品经济得到相当程度的发展以后，才有可能。在温州，50％以上的农村劳动力转移出来，从事商品生产和商品流通。在沿海五个经济发达县的一些乡、村，形成“家家办厂、户户经商”的局面。正是这种局面孕育了充分竞争的机制。在温州，竞争的触角伸向了经济生活的各个领域。在生产领域,同一个村、同一个乡、同一个生产基地，虽然有众多的家庭工厂，但往往生产同类同品种产品。这些厂家要在改进生产技术，提高劳动生产率，降低成本，提高质量上相互竞争。以价廉物美的优势压倒对方，打开销路。竞争机制鞭策着商品生产者不断向前走，客观上促进了商品生产上规模、上质量、上水平。在流通领域，则在流通渠道多寡与是否畅通，信息是否灵敏，服务态度是否周到等方面展开竞争。

竞争是商品经济活力的源泉，发展的动力。特别是在商品经济发展的初期，充分竞争是十分必要的。要培育充分竞争的市场机制，需要进一步破除平均主义，培养人们的竞争意识。特别是要保护市场的竞争秩序，以法律形式确定竞争规则，反对各种形式的垄断。

第五，价格自动调节机制。

价格是价值的货币表现。市场价格是以价值为中心线，随供求关系的变化而上下波动的。价格机制对商品生产起着十分重要的调节作用。它对生产同种商品的生产者来说，促进他们降低劳动消耗，努力提高劳动生产率；对不同的生产者来说，则调节社会劳动在各部门的分配，并促使企业按市场行情调整自己的生产方向和规模水平。

市场价格机制主要特性之一，是它的自发性。它排斥任何非市场因素的干扰，使价格在市场竞争中自然形成，能自动地反映商品价值量的变化和市场供求关系的变化。价格机制的自发作用使价格信号及时、准确、灵敏。所以，市场价格机制的自发性又决定了它的另一个特性——灵敏性。温州民间市场上商品价格的形成，没有任何非市场的因素，没有人为规定的痕迹。价格机制具有彻底的自发性和高度的灵敏性。由这种价格机制调节的市场价格信号，对资源、资金、劳动力在各产业、各部门、各单位的分配真正起到了导向的作用。

我国现行价格机制有很多弊端，各类产品的比价极不合理。如工农业产品的比价，加工工业与原料工业产品的比价，交通、邮电通讯与生活消费品的比价，等等。这些比价关系都被扭曲了。造成现行价格体制弊端的根本原因在于，商品价格不是在市场上形成的，而是由政府部门制订的；它不是由价格机制自发调节的，而是由官方意志调节的。人为规定价格，不管你花费多大精力，也不管你使用多么先进的计算工具，终不能反映不断变化的商品价值量和市场供求。针对多年来价格体制上的弊端，近几年来采取了“以调为主、调放结合”的价格方针。应该说，这个方针比把价格定死在一个水

平线上，是前进了一步。但必须看到，所谓"调价"仍然是人为的因素在起作用。"调"与"放"，一字之差，但所反映的经济内容、实际效果根本不同。"调"则死，"放"则活。所谓"放"，就是政府部门放手，让价格接受市场机制的调节。在温州民间市场上，价格具有良好的效应，不都是放的结果吗？从群众对温州民间市场价格运行的反映中，我们还得到一个启发：市场机制调节的价格易于为人们所接受，有利于提高人们对物价的心理承受能力。遇到政府调价，人们议论纷纷，怨声截道。而市场形成的价格，人们认为是自然的、合乎情理的。这是因为，群众也明白这样一个道理：市场机制调节的价格是活的，上浮的价格还可以降下来。政府部门调整的价格则不然。所以，群众宁可选择市场形成的价格。从群众的选择中，我们不是可以得到某些启发吗？

要放开物价，先要治理通货膨胀。而治理通货膨胀，又离不开市场机制。造成通货膨胀的根本原因是什么？我认为，与货币投放过多有关系，但不是根本原因。发生通货膨胀的根本原因是物资短缺，总供给小于总需求。而只有充分发挥价格机制的作用，以价格机制调节商品生产，才能使物资短缺的现象得到根本克服。

目前，价格政策上执行的"双轨制"，没有摆脱官方定价的羁绊。所谓"双轨制"，就是计划价和市场价同时并存。计划价是由国家决策制订的，它渗透了官方的意志。价格就其本义来说，体现的是平等的商品交换关系。交换的双方在等价交换原则面前都是平等的。然而，对于计划价格来说，它虽然也是一种交换关系，但却没有体现平等的交换原则；计划价格体现了作为计划经济所特有的分配关系，因为它体现

了国家对计划物资分配的对象（主要是全民工业企业）实行的一种优惠分配政策。由于国家只能将这种优惠待遇给予一部分企业，而不可能给予所有的企业，这就造成企业之间苦乐不均，使不同的企业处于不平等的竞争地位。价格的双轨制，也使得有些企业不是通过改善经营管理，而是凭借特殊待遇来取得经济效益。这不仅对普遍提高企业经济效益不利，还会导致企业为争夺计划物资而展开竞争。双轨制还为转手倒卖国家紧俏物资等不正之风，大开了方便之门。因此，“双轨制”必须取消，当然可以逐步取消。整个社会的价格体系要由“双轨制”过渡到“单轨制”。

后　记

我于1985年7月至1987年10月，在温州当了两年多的副市长，分管农业和商业。由于工作的需要，我多次调查了温州农村的民间市场，特别是十大市场。从中我深深体会到发展市场，对发展商品经济具有决定性的意义。因而萌发了写这本小册子的念头。本书的写作，着力于从理论和实践的结合上说明问题，讲清必须要讲的有关理论问题；同时，对温州农村各类市场及十大商品市场作比较详细的介绍。目的是为读者提供分析问题的依据，这对理论工作者和实际工作者都有参考意义。

我从工作实践中，切身体会到：发展社会主义商品经济必须树立市场观念，建设有计划的市场经济。为此，必须对市场经济进行再认识。

所谓"市场经济"，是指以市场为轴心而运作的经济形式。就市场经济"一般"而言，它的主要特征是：第一，社会经济的细胞——工商企业都是自主经营、自负盈亏的经济实体，是独立的商品生产者和经营者。第二，社会再生产的各个环节——生产、流通、分配、消费全过程都和市场相联系。市场是商品生产者和经营者活动的舞台。第三，拥有一个完整的市场体系，有一整套相互配套的、灵敏的市场机制，以此来调节社会经济的运行。温州农村商品经济之所以发展迅速，是因为它已具备了市场经济"一般"的这些特征：首先，温

州农村的14万个家庭企业都是自主经营、自负盈亏的经济实体，它们的经济行为不受任何行政指令的约束，生产和经营完全由自己做主。其次，温州农村500多个民间市场成为商品经济活动的舞台，14万农民购销员扮演了这个舞台上的主角。再次，温州农村已形成了完整的市场体系，形成了健全、灵敏的市场机制，调节着温州农村商品经济的运行和发展。温州的实践表明，市场机制是发展商品经济的有效推动力。当然，温洲农村的市场经济是以市场为导向型的经济，有一定的盲目性，需要引进计划机制，强化宏观调控。

长期以来，有一种观点把市场经济等同于资本主义经济。正是在这种观点的禁锢下，人们对市场经济讳莫如深，可以承认商品经济，但决不承认市场经济。可以把商品经济与社会主义相联系，但反对把市场经济与社会主义相联系。正是在这种观念的支配下，削弱了人们对市场的注意力，放松了市场建设，有碍于商品经济的发展。

就市场经济一般而论，它本身并不表明某种社会经济制度的性质，而只是某种社会经济的表现形式。市场经济可以与私有制相联系，也可以与公有制相联系，可以与资本主义制度相联系，也可以与社会主义制度相联系。资本主义的市场经济只是一种特殊形式的市场经济，不能代替市场经济一般，更不能以一种形式的市场经济（资本主义市场经济）来否定另一种形式的市场经济（社会主义市场经济）的存在，从而把社会主义与市场经济割裂开来，对立起来。

商品经济是依赖于市场的发展而发展起来的。市场机制对推动商品经济的发展具有举足轻重的作用。在现代化大生产的条件下，商品经济就是市场化的经济。商品经济与市场

经济具有明显的同一性。不论是社会主义的商品经济，还是资本主义的商品经济，都是如此。当然两者也有区别，那就是内容和形式的区别：商品经济是市场经济的内容，市场经济是商品经济的表现形式。

有的同志一提到市场经济，想到的就是无政府状态，放任自流、盲目发展。因而视市场经济如洪水猛兽。其实，市场经济是遵循商品经济规律而运行的，它排斥的只是违背客观经济规律、按行政办法管理经济的方式，并不排斥经济的计划性。市场经济可以是无计划、没有社会宏观管理的经济。也可以是有计划、有宏观管理的经济。社会主义公有制的确立，为社会主义经济有计划、按比例地发展提供了基础。因此，社会主义市场经济是有宏观管理的、有计划的市场经济。社会主义市场经济远比资本主义市场经济优越。问题是，社会主义市场经济是我们不熟悉的经济形式，需要我们去认识它，驾驭它。

对市场经济进行再认识具有重要的实践意义。这有助于我们正确认识市场，建设市场，发展市场，完善市场体系，从而为社会主义商品经济的发展构筑活动的舞台。党的十三届三中全会提出的"治理经济环境，整顿经济秩序，全面深化改革"是一个积极的方针。整顿、治理的目的是为了深化改革，是为社会主义商品经济的发展（也即为社会主义市场经济的发展）创造一个良好的环境，而不是要否定社会主义有计划的市场经济。

本书如有观点上的错误，恳切希望读者指正。

作　者

一九八八年十一月于杭州

封面设计：肖　辉



温州民间市场考察

WENZHOU MINJIAN SHICHANG KAOCHA

何　荣　飞

人民出版社出版发行　新华书店经销

北京东光印刷厂印刷

787×1092毫米32开本　4印张　83,000字

1989年7月第1版　1989年7月北京第1次印刷

印数 0,001—3.000

ISBN 7-01-000487-0/F·29　定价 1.85 元



ISBN 7-01-000487-0/F·29　定价　1.85元